

Fjernsynstitting – hvordan påvirkes de unge?

Endringer i forskningsperspektiver på fjernsynets betydning belyst gjennom analyse av hovedoppgaver innenfor fire ulike fagdisipliner

Bjørn Are Holth

Cand. Polit. 1992

2. mai 2007

Universitetet i Oslo
Det samfunnsvitenskapelige fakultet
Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Sammendrag

Denne oppgaven har hatt som målsetting å klargjøre hvordan fjernsynsmediets betydning for barn og unge har blitt forstått innenfor forskningen på media. Det har videre vært et siktemål å vurdere fruktbarheten av ulike forskningsperspektiver. På grunnlag av innsikter fra drøftingen av perspektiver utarbeides en analytisk modell som benyttes i en videre analyse av 16 avlagte hovedfagsoppgaver med ungdom og media (fjernsyn) som tema. Oppgavene spenner over fire ulike fagdisipliner (pedagogikk, sosiologi, sosialantropologi og medievitenskap) og er avlagt i perioden 1986 til 1998. Hovedoppgavene analyseres langs en rekke dimensjoner ut fra modellen som til sammen er ment å danne en mosaikk egnet til å illustrere oppgavenes perspektiv på medieringsprosessen og fjernsynets mulighet til å påvirke. Hvordan oppgavene gjør bruk av rådende forskningsperspektiver har også vært en sentral analyseakse.

Innenfor forskningen på media vet vi at påvirkningsspørsmålet, forstått som medias makt til å påvirke mottakeren, har variert betydelig over tid. Pendelen har svingt fra å betrakte media som nærmest allmektige, over til å forstå media som relativt maktesløse, med en bevegelse tilbake til et noe mer balansert syn på media som mektige.

Analysen av oppgavene viser at det foreligger ett markant skille rundt 1990. På 80-tallet er det hovedsakelig effekten av ulike fjernsynsbudskap som skal avdekkes, og at de unge påvirkes forutsettes implisitt. Det dreier seg mer om å avdekke hvilke verdier og holdninger som formidles. Forskningsmetoden som benyttes i disse ”tidlige” oppgavene er innholdsanalyse av typiske ungdomsprogrammer, og handlingsforståelsen heller i retning av passive objekter som blir påvirket i overensstemmelse med den intenderte meningen som avsender har med budskapet. Forskningsparadigmet som råder betegnes som *effektperspektivet*. Det er oppgaver innenfor pedagogikk som dominerer denne retningen i dette materialet.

Etter 1990 viser analysen at fokuset skifter over mot å betrakte seeren som en aktiv handlende aktør i møte med medietekstene. Det er ungdommens bruk av de potensielt meningsmangfoldige (polysemiske) budskapene som står i fokus, og metoden som benyttes er typisk *resepsjonsstudier* for å forstå hvordan ungdommen aktivt skaper mening ut av ulike mediebudskap og benytter dem til konstruksjon av egen stil og identitet. Denne retningen er i dette materialet jevnt representert innenfor alle de fire fagdisiplinene.

Det kan tilsynelatende se ut som kandidatenes valg av metode for oppgavene legger føringer for hvordan mediemottakeren og påvirkningsspørsmålet forstås. Imidlertid åpnes det her for at denne årsakssammenhengen også kan være spuriøs, ved at det er de rådende hegemoniske strømningene på feltet, eller paradigmen om man vil, som virker styrende både på valg av metode og forståelsen av hvor stor påvirkningskraft fjernsynet tillegges.

Ved å veie og vurdere styrker og svakheter ved oppgavene og de ulike forskningsperspektiver og innsikter om forholdet mellom media og ungdom som benyttes, søker denne avhandlingen mot en konklusjon på i hvilken grad, og på hvilke måter, unge påvirkes av fjernsynstitting. Som sentral premiss i formuleringen av et svar vil det legges til grunn en forståelse der fjernsynet ses som både muliggjørende og begrensende. På den ene siden viser flere av oppgavene at fjernsynet tilveiebringer identitetsutkast og retningsgivende innspill for sosial samhandling som de unge nyttiggjør seg i egen identitetsutforming og sosial forståelse. Men det finnes åpenbart grenser for hvor fritt mediebrukeren står i dette konstruksjonsarbeidet. I tillegg til å undersøke hvilke faktorer og betingelser som fremmer denne friheten, må vi derfor også søke å avdekke hva som hemmer den. Her gir ingen av oppgavene noe fullgodt svar. Ikke desto mindre må også disse "omkostningene" eller begrensningene som media fører med seg ivaretas når fjernsynets betydning for unge skal bestemmes. Avslutningsvis gjør derfor denne avhandlingen et forsøk på å formulere noen grunnleggende premisser som medieforskningen bør baseres på for å gripe medias ambivalente karakter i dagens samfunn.

Forord

Under arbeidet med hovedoppgaven har flere personer vært viktige. Jeg vil først få takke min arbeidsgiver Statistisk sentralbyrå ved seksjonssjef Anne Sundvoll for å ha gitt meg litt fri fra en ellers hektisk hverdag våren 2007. Det var helt avgjørende for å få dette prosjektet i havn. Jeg vil også gjerne få takke min veileder Anne Krogstad som med sitt alltid blide vesen, koblet med presise og konstruktive tilbakemeldinger ga meg inspirasjon til å få hovedfagstoget på skinner igjen etter noen år i skyggenes dal. Elin Holth får også en stor takk for å ha lest korrektur på oppgaven.

Sandefjord, april 2007

Bjørn Are Holth

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	III
FORORD	V
INNHALDSFORTEGNELSE	VI
PROLOG	1
1 INNLEDNING – FJERNSYN OG UNGDOM	4
1.1 Om å forske på det "tatt for gitt"	4
1.2 Påvirkning - fra "om" til "hvordan"	6
1.3 Problemstilling	6
2 TEORETISKE PERSPEKTIVER PÅ FELTET	11
2.1 Fjernsynsmediet i et sosialiseringsperspektiv	12
2.1.1 Det senmoderne samfunn	12
2.1.2 Barn i senmoderniteten	14
2.1.3 Medias innvirkning	16
2.2 Fokus på "effekter"	18
2.3 Bruk i fokus – "uses and gratification"	20
2.4 "Den språklige vendingen" og betydningen av "mening"	21
2.4.1 Den første generasjonen – "encoding/decoding"	23
2.4.2 Den andre generasjonen – etnografiske studier av tilskuere	25
2.4.3 Den tredje generasjonen – et konstruktivistisk perspektiv	26
2.5 Hvor fritt står mediebrukeren i sin avkoding?	27
2.5.1 <i>Dominant tekst</i> – hegemoni og forflatning	28
2.5.2 <i>Dominant seer</i> – fjernsynets <i>semiotiske demokrati</i>	30
2.6 "Media er budskapet" – grenser hvikes ut	31
2.7 Oppsummering av teorigjennomgangen	34
2.8 Analysemodell	36
3 METODE OG UTVALG	42
3.1 Metodiske betraktninger	42
3.2 (Ut)valg av oppgaver	43
4 PRESENTASJON OG DRØFTING AV HOVEDOPPGAVENE	48
4.1 Sosialiseringsoppgavene – den pedagogiske vinklingen	48
Janne Oftedal	49
Vibeke Wolther	51
Ellen Merethe Rodin	53
Kjersti Eckblad	55
Konklusjon for de fire pedagogiske sosialiseringsoppgavene	56
4.2 Nyere sosialiseringsforståelser	57
Brynjar Bjerkem	58
Cecilie Kløvstad	61

Vebjørn Tingstad	64
Nina B. Føyn Bjølgerud	66
Thomas Sandvik	68
Konklusjon for "nyere sosialiseringforståelser"	71
4.3 De historiske oversikter – konstruksjoner av barndom	73
Marit Haldar	74
Dorthe Helene Stramrud	76
Konklusjon for de historiske oversikter	78
4.4 Identitetsoppgavene	81
Hege Glomnes Jacobsen	81
Lise Juel	83
Anniken Larsen	86
Marianne Skogerbø	89
Konklusjon på identitetsoppgavene	91
4.5 Forming av mediebudskap - påvirkning den andre veien	93
Linn Heidi N. Lunde	93
Konklusjon – forming eller speiling?	94
4.6 Oppsummering fra analysen av hovedoppgavene	95
5 PÅVIRKNING – HVORDAN KAN DET FORSTÅS?	100
5.1 Innledning	100
5.2 Sosialisering i det moderne	101
5.3 En mediesosiologisk handlingsforståelse	102
6 LITTERATURLISTE	106

Figurer

FIGUR 2.1 MENINGSPRODUKSJON ILLUSTRERT SOM FORHOLDET MELLOM KULTUR, KODE OG TEGN. (SCHWEBS OG ØSTBYE 1995:132).	22
FIGUR 2.2 ANALYSEMODELL, PERSPEKTIVER OG DIMENSJONER	39

Tabeller

TABELL 1.1 OPPGAVENE MED TITTEL, ÅR, FAGFELT OG STUDIESTED	10
TABELL 4.1 DE "PEDAGOGISKE SOSIALISERINGSOPPGAVENE" PLASSERT I FELTET	57
TABELL 4.2 "NYERE SOSIALISERINGSFORSTÅELSER" PLASSERT I FELTET	73
TABELL 4.3 "DE HISTORISKE OVERSIKTER" PLASSERT I FELTET	80
TABELL 4.4 "IDENTITETSOPPGAVENE" PLASSERT I FELTET	92
TABELL 4.5 FORMING AV MEDIEBUDSKAP – LUNDE PLASSERT I FELTET	95
TABELL 4.6 ALLE HOVEDOPPGAVENE ETTER ÅR, FAG, UNIVERSITET, FORSKNINGSPERSPEKTIV OG "INDIVIDUELLE KONSEKVENSER AV MEDIA"	96

Vedlegg

Hovedoppgaver om medier (fjernsyn) og barn/unge ved norske universitet - 1985 – 1998

Prolog

Tidlig på 90-tallet – jeg tror det må ha vært i 1990 eller 1991 - deltok jeg på et seminar for barneverns- og ungdomsarbeidere. Foreleser var bl.a. den kjente norske ungdomsforskeren Willy Pedersen, som fortalte om et forskningsprosjekt han hadde gjennomført om sammenhengen mellom vold på skjermen og voldsbruk hos ungdom. Han viste oss bl.a. noen klipp fra voldsfilmer som var på markedet på den tiden, med ”autentiske” avrettinger og andre svært sterke og bloddryppende scener. Det underliggende budskapet var: ”Er dere klar over hvor ekstrem volden i disse filmene faktisk er? Dette er det noen ungdommer bruker mye av fritida på”. Inntrykkene var sterke, og reaksjonen hos oss ungdomsarbeidere, likeså. Bildene gjorde oss både sjokkerte og kvalme. I den påfølgende diskusjonen var den rådende oppfatningen at ”det er ikke rart at ungdom blir voldelig når dette er hva de sitter og ser på”.

Nå skal ikke jeg beskyldre den respekterte ungdomsforskeren Pedersen for å ha gitt et unyansert bilde av sammenhengen mellom TV-vold og voldelig atferd hos unge. Han trakk nok fram flere andre psykososiale forhold som viktige forklaringsvariable ved siden av bruk av voldsfilmer. Det kan jeg ikke huske særlige mye av lenger. Men jeg husker flere av bildene han viste krystallklart den dag i dag, og jeg husker godt den dramatiske effekten de hadde på oss tilhørere. Vi fikk regelrett sjokk, og jeg tror reaksjonen vår kan stå som et godt eksempel på det som ofte betegnes som *mediepanikk* innenfor medieforskningen.

Men foredraget satte i gang en tankeprosess i meg. Etter at det første sjokket forårsaket av de sterke bildene hadde lagt seg, kom jeg mer i tvil om vi på dette seminaret hadde kommet i skade for å blåse opp bildemedienes betydning for unges egen (volds)atferd. For etter flere års arbeid med utagerende unge innenfor ungdomspsykiatrien, bl.a. i såkalte ”terapeutiske samfunn”¹, der vi kom svært tett på de unges livsverden, kunne jeg aldri huske å ha tenkt at det var *voldsfilmene* disse unge så som var årsaken til deres

¹ Terapeutiske samfunn var betegnelsen som ble brukt om ulike former for heldøgnsinstitusjoner innenfor psykiatrien. Ideologien bak var at pasientene – her vanskeligstilt ungdom – gjennom å bo sammen med andre unge under rettleiding av skolerte voksenpersoner, ville få en korreksjon på ikke-ønsket atferd, og innlæring av pro-sosiale ferdigheter. For en nærmere gjennomgang av terapeutiske samfunn, se bl.a. Thomstad H. ”Gjensyn med det terapeutiske samfunn Avdeling 6B, Ullevål sykehus, 1970”. Tidsskr Nor Lægeforen 1993; 113: 2606 - 7.

utagerende eller voldelige atferd. Livshistoriene som ble avdekket gjennom det terapeutiske arbeidet var nær sagt uten unntak preget av tidlig utstøting i skolen, ofte pga lese- og skrivevansker, rusbelastede, og mange ganger også voldelige foreldre, og tidligere misbruk- og overgrepssproblematikk. Riktignok var mange av disse ungdommene storforbrukere av voldsfilmer (i den grad de fikk tilgang til slike under opphold på psykiatriske institusjoner), men at *det* skulle være noe av forklaring på deres tilbøyelighet til å ty til vold som løsning på deres samhandlingsproblemer var aldri særlig plausibelt for meg. Men Pedersen hadde jo funnet, slik jeg forsto det, at enkelte ungdommer som fra før var vanskeligstilte og marginaliserte, var ekstremt opptatt av slike grove voldsfilmer, og at det i alle fall var grunn til å se om denne bruken kunne være et problem for disse ungdommene. Jeg ble i tvil om jeg kunne ha oversett noe her.

Dette var mitt første møte med problematikken: hvilken påvirkning har bildemediene på unges handlinger?² Eksemplet illustrerer også et annet poeng med forståelsen av bildemedienes betydning: – fokuset på *effekten* – og da særlig hvilken negativ effekt bildemediene kan tenkes å ha på mediemottakeren. Særlig eventuelle negative effekter på barn og unge har ofte stått i fokus i den folkelige og offentlige debatten. Kanskje ikke så rart i seg selv. Barne- og ungdomstiden er jo i særlig grad perioden for ”forming” i et menneskes liv, perioden da samfunnets normer og regler skal tilegnes og identitet og livsførsel skal stakes ut. Det har derfor ofte vært vanlig å betrakte ungdomstiden som en særlig sårbar tid for ytre påvirkning. Eventuelle skadelige effekter av fjernsynstitting vil således få særlig store konsekvenser for barn og unge. Slik har det i alle fall ofte vært betraktet.

Mitt neste sjelsettende møte med problemstillingen ”medias påvirkning” var gjennom fordypning i den akademiske forskningsdiskusjonen rundt media på 1990-tallet. Her var gjennomgangstenen at media hadde relativt liten påvirkningskraft. Disse uttalelsene fra ungdoms- og medieforskeren Ragnhild Bjørnebekk kan stå som et eksempel: ”Forskning tyder på at barn som opplever familie- og kameratmiljø som er trygge og godt integrerte, er nærmest immune mot påvirkning fra fjernsynets såkalte mainstream”. (Bjørnebekk 1991, i Tingstad 1994:48). Her var det ikke bare *skadelige* effekter som ble avskrevet, det var fjernsynets mulighet til å *påvirke* generelt som

² I ettertid ser jeg at det også var et interessant eksempel på hvordan meningen i et budskap er et resultat av en fortolkning/koding hos *både* avsender og mottaker, jf Stuard Halls begrepspar ”Encoding/Decoding” (Hall 1980).

forskningen angivelig skulle ha kommet til var liten. Det var også mitt inntrykk at miljøet ved Institutt for sosiologi på slutten av 90-tallet var preget av omtrent den samme oppfatningen.

Men i møtet med dette akademiske miljøet fikk jeg den motsatte reaksjonen av den jeg hadde etter de bloddryppende filmene til Willy Pedersen. Kunne det være riktig at fjernsynsmediet som vi bruker så mye tid på og som gir oss så mye forskjellig informasjon og verden som omgir oss, nesten ikke hadde noen påvirkningskraft på oss? Dette virket ennå mer ubegripelig på meg. Interessen for problemstillingen var etablert. Jeg måtte undersøke forholdet nærmere.

1 Innledning – fjernsyn og ungdom

1.1 Om å forske på det ”tatt for gitte”

Fjernsynets betydning har vært betraktet på mange ulike måter både blant ”folk flest” og innenfor forskningen på media, og denne forståelsen har endret seg til dels betydelig over tid. Endringer i forståelsen kan skyldes faktiske endringer i medias posisjon eller rolle i samfunnet, som igjen har sammenheng med brede sosiale og kulturelle forandringer som har funnet sted gjennom de siste tiårene. Men det kan mange ganger være vanskelig å skille slike faktiske endringer i medias betydning, fra endringer i vår måte å betrakte fenomenet på. Som Abercrombie & Longhurst formulerer det i sin utlegning om endringer i ”seerposisjoner” (audiences) ”... what appear to be changes in the real world of the media *may* instead reflect, partly or wholly, changes in the ideas or concepts that inform and regulate the study of the media” (Abercrombie & Longhurst 1998:3). Slike endringer i forskningsperspektiver på et felt betegnes ofte som *paradigmeskifter*. I denne sammenheng kan en tenke seg at det er faktiske endringer i medias betydning over tid som genererer nye forskningsresultatene som ikke passer inn i det eksisterende paradigmet, og således etter en tid fører til danning av et nytt paradigme (jf. Kuhn). Men også i denne forståelsen av paradigmeskifter, kan en like godt tenke seg at det rett og slett er nye innsikter og forskningsresultater basert på den ”samme” faktiske virkeligheten, som er årsak til framveksten av et nytt paradigme. Det vil sikkert alltid være snakk om en kombinasjon av de to virkningsmekanismene, og hvordan en vektlegger det ene framfor det andre skaper rom for interessante vitenskapsteoretiske diskusjoner.

Det er imidlertid en realitet at et liv i vårt moderne samfunn er et liv omgitt av media. For stadig flere mennesker har elektroniske medier blitt et sentralt verktøy i utøvelsen av deres arbeid, og vår fritid er ofte akkompagnert av lyd og bilder fra ulike massemedier. Med *massemedier* tenker vi her på at det for én avsender er mulig å nå et større publikum samtidig – *massekommunikasjon* kalles det da (Bø 2005:318).

Fjernsynet er det mest utbredte massemediet i de vestlige landene. Også i vårt land bruker vi mer tid til TV-titting enn på noe annet mediebruk (Norsk mediebarometer 2006). Roger Silverstone sier det på denne måten:

Watching television and discussing television and reading about television takes place on an hourly basis: the result of focused or unfocused, conscious or unconscious attention. Television accompanies us as we wake up, as we breakfast, as we have our tea and as we drink in bars. It comforts us when we are alone. It helps us sleep. It gives us pleasure, it bores us and sometimes it challenges us. It provides us with opportunities to be both sociable and solitary. (Silverstone 1994:3).

Fjernsynet er gjennom sin innskrivning i våre hverdagslige aktiviteter på mange måter en sentral bestanddel i folks dagligliv. Fjernsynet i seg selv, men også i kombinasjon med andre medier, er på denne måten med på å organisere hele vårt sosiale liv. I tillegg er massemediene en helt sentral bidragsyter til den kunnskapen vi har om verden rundt oss, og en avgjørende forutsetning for måten vi forstår og danner oss en oppfatning av våre omgivelser på.

We could not properly conceive the contemporary society and the world system without the role of the high-technology networks of mass and personal communication that bind people and places together, and are an essential part of business, politics, emotional and public life (Alasuutari 1999b:86).

Men nettopp fordi media er så ettertrykkelig innskrevet i vårt dagligliv og utgjør en så sentral bestanddel av vår tilgang til informasjon om vår omverden, er det også lett å ta media for gitt og overse dets betydning. Forståelsen av medias rolle er for folk flest også i stor grad skapt av media selv. Alasuutari (1999) refererer et interessant eksempel på dette fra det finske presidentvalget i 1994, der en TV-kanal spurte folk på gata hva de synes om medias presentasjon av presidentkandidatene. ”Har media påvirket ditt inntrykk av kandidatene?”, spurte intervjueren. Noen svarte at de var påvirket, andre ikke. Men ingen lot til å stusse over det grunnleggende absurde ved et slikt spørsmål. Det faktum at det knapt finnes noen vanlige borgere som har noen mulighet til å danne seg et inntrykk av kandidatene, utenfor eller uavhengig av media, var ikke en tanke som var i bevisstheten til de som ble spurt. (Alasuutari 1999b:89).

Vi står over for det paradoksale at det nettopp er fordi mediene utgjør en så stor del av vår rutiniserte hverdag at det også er fort gjort å ta deres betydning for gitt. Våre rutiner er ikke vanligvis gjenstand for refleksjon i hverdagen. Rutinene utgjør på mange måter ”bakgrunnen” som livet vårt utspiller seg på. Det er først når sider ved media synes problematiske at dets betydning for oss bringes til en diskursiv overflate³ og stilles

³ Diskursbegrepet vil bli presentert senere under kapittel 2.4

spørsmål ved. I hverdagen tar vi ofte media for gitt, som en selvfølge. Det ligger en utfordring i dette både for leg og lært som setter seg fore å få innsikt i medias innflytelse.

1.2 Påvirkning - fra "om" til "hvordan"

Med en forståelse av media som en sentral bestanddel i moderne menneskers dagligliv, har jeg også allerede i mitt utgangspunkt for denne studien tatt stilling til spørsmål *om* vi påvirkes av media. *At* vi påvirkes, er jeg enig med Inge Bø (2005:319) i nærmest må karakteriseres som en *truisme* – en selvinnløsende sannhet. Det interessante er *hvordan* unge påvirkes, hvilke mekanismer er i sving, og på hvilke områder gjør påvirkningen seg særlig gjeldende?

Innenfor forskningen på media har det imidlertid ikke *alltid* vært slik at media har blitt tillagt så stor innflytelse og med en slik "rolle" i forhold til individ og samfunn som den jeg har gitt uttrykk for ovenfor. Vi har allerede nevnt Bjørnebekks forståelse i retning av at fjernsynet har liten påvirkning på unge sammenliknet med deres øvrige psykososiale omgivelser. Vi kan si at forståelsen av mediens makt har svingt blant medieforskere, fra å betrakte dem som allmektige, via en periode der mediene nærmest ble avskrevet som avmektige, over til en noe mer balansert forståelse som "mektige" – om enn ikke allmektige (Aardal, Krogstad, Narud 2004:393).

Det er disse bevegelsene i forståelse og forskningsperspektiver på media generelt og fjernsynsmediet spesielt som vil stå i høysetet i denne oppgaven.

1.3 Problemstilling

Jeg ønsker å tematisere spørsmål rundt fjernsynsmediets påvirkning eller betydning for unge mennesker. Forståelsen rundt dette har, som vi har vært inne på, variert mye innenfor medieforskningen, og det er et stadig tilbakevendende tema blant folk flest og i media selv. På samme måte som forholdet mellom *individ* og *samfunn*, eller *handling* og *struktur* må sies å være et av de mest grunnleggende teoretiske spørsmålet i sosiologien – "fagets *Fragestellung*" (Nilsen 1994:6), må vi kunne si at en *sosiologisk orientert medieforskningen* må være opptatt av forholdet mellom *individ* og *media*. I kjernen av dette grunnleggende spørsmålet ligger forståelsen av *påvirkning*. Hva gjør media med oss? Eller hva gjør vi med media? Har media noen reell innflytelse i samfunnet, og tilfelle, hva består denne innflytelsen i, og hvilke mekanismer er i virksomhet?

Selv om disse spørsmålene, som alle omhandler aspekter ved medias betydning er interessante i seg selv, vil jeg i denne oppgaven først og fremst fokusere på hvordan dette forholdet er forstått og håndtert innenfor den akademiske *diskursen* om media. Som et inntak til disse spørsmålene vil jeg ta utgangspunkt i avlagte hovedfagsoppgaver med ungdom og media som tema. De fleste oppgavene omhandler fjernsynsmediet, men jeg har tatt med én som ser på TV og Internett, og én oppgave som omhandler kun Internett. Oppgavene spenner over fire ulike fagdisipliner (pedagogikk, sosiologi, sosialantropologi og medievitenskap) og er avlagt i perioden 1986 til 1998. Tabell 1 viser en oversikt over de 16 utvalgte oppgavene med *tittel, år avlagt, fag og studiested*.

Jeg har valgt ut oppgaver med koblingen mellom fjernsynsmediet og barn/ungdom av flere grunner. For det første er det barn og unge som i den offentlige debatten oftest blir trukket fram som særlig utsatt for medienes ”skadelige” påvirkning. For det andre har barne- og ungdomstiden i tradisjonelle teorier om danning og sosialisering alltid vært betraktet som en tid hvor utvikling av personlighet og identitet i særlig grad står i høysetet. Hvis vi aksepterer et slik tradisjonelt perspektiv på sosialisering, ved siden av at ungdom er storforbrukere av massemedier (Norsk mediebarometer 2006), er det nærliggende også å anta at disse mediene vil ha et særlig stort potensial for påvirkning overfor denne brukergruppen. Jeg vil imidlertid allerede her hevde at det ikke er noen store prinsipielle forskjeller på ungdom og folk ellers, slik at den kunnskapen om medias evne til å innvirke på individ og samfunn jeg søker i dette arbeidet, i det alt vesentlige også vil ha gyldighet for andre aldersgrupper. Av dette følger at jeg ikke i denne studien vil gjøre noe stort poeng av å skille mellom barn og ungdom som aldersgrupper. Hovedoppgavenes empiri spenner over ulike aldersspenn, og det er derfor heller ikke hensiktsmessig for meg å gjøre noen bestemt avgrensning mht alder. For det tredje, og sikkert nært knyttet til de to foregående grunnene, er det barne- og ungdomsgruppen som har vært mest tematisert i avlagte hovedoppgaver om bruk eller mottak av mediebudskap.

Tilgangen til oppgaver er også en viktig grunn til at jeg har valgt fjernsyn som hovedfokus mht massemedier. Også her ligger sikkert årsaken til det i fjernsynsmediets posisjon som det mest betydningsfulle elektroniske massemedium, både i den allmenne

diskursen og innen for medieforskningen – i alle fall på 1980 og 1990-tallet da disse oppgavene ble skrevet.⁴

En annen viktig grunn til at jeg har valgt å fokusere på fjernsynsmediet er at folk bruker mye tid på dette massemediet. Norsk mediebarometers (Statistisk sentralbyrå 2007) målinger går tilbake til 1991, og viser at fjernsynet er det massemediet som folk har bruk mest tid på i hele perioden fra 1991 og fram til i dag.

Av de ovenfor nevnte grunner har jeg derfor valgt å fokusere på fjernsynsmediets betydning for barn og unge, og problemstillingene i oppgaven kan formuleres på denne måten:

- *Hvordan har fjernsynsmediets betydning for barn og unge blitt forstått innenfor forskningen på media? Og hvordan har denne forståelsen endret seg over tid?*
- *Hvilke forskningsperspektiver på fjernsynets betydning er særlig fruktbare for å belyse dette forholdet?*

Svarene på disse spørsmålene vil i neste omgang bli benyttet som analyseverktøy til å avdekke og belyse sentrale dimensjoner og utviklingstrekk ved hovedoppgavene i mitt materiale. Denne problemstillingen kan operasjonaliseres til:

- *En analyse av 16 hovedoppgaver om media (TV), med sikte på å avklare hvilke forskningsperspektiver og metoder som er benyttet, hvor fruktbare disse har vært for studiens problemstilling(er), og hvordan medias (TVs) "påvirkning" eller betydning er forstått og framstilt.*
- *Det er videre et siktemål å undersøke variasjon i forskningsperspektiver mellom oppgavene - over tid og mellom fag.*

Dette betyr at jeg i denne oppgaven først vil foreta en fordypning i de forskningstradisjoner som er særlig framtreddende innenfor studiet av media. Innsikter fra denne gjennomgangen vil jeg så benytte for å etablere et analytisk fundament basert på forskningsbidrag som etter min vurdering kommer med særlig klare innsikter om fjernsynsmediets betydning eller

⁴ De siste årene har kanskje Internett både i allmennheten og i forskningen et vel så stort fokus på seg, uten at jeg kan belegge dette med tall. I alle fall er Internett det raskest økende mediet i det norske samfunnet i dag, selv om det er langt igjen før folk bruker like mye tid på Internett som på TV-titting (Statistisk sentralbyrå, Statistikkbanken 2007).

påvirkning på barn- og unge. Dette analytiske rammeverket vil jeg så i neste omgang benytte for å analysere hovedoppgavene i tråd med problemstillingene beskrevet over.

Tabell 1.1 Oppgavene med tittel, år, fagfelt og studiested

Navn	År	Tittel	Fagfelt	Universitet
Kjersti Eckblad	1986	<i>Mediepedagogikk – En kombinasjon av fakta om fjernsynet og pedagogisk teori. – En analyse av "Nesten voksen"</i>	Pedagogikk	UIO
Janne Oftedal	1986	<i>Ungdom, sosialisering og TV. Om moderne sosialisering illustrert gjennom TV for ungdom</i>	Sosialpedagogikk	UIO
Vibeke Wolther	1986	<i>Ungdom, fjernsyn og usedvanlige læreprosesser. En mediepedagogisk tilnærming til fiksjon som sosialiseringsfaktor</i>	Sosialpedagogikk	UIO
Ellen Merethe Rodin	1987	<i>"KLUZZ" OG KLUSS? Fjernsynsprogram for ungdom som sosialiseringsfaktor – en mediepedagogisk tilnærming</i>	Sosialpedagogikk	UIO
Brynjar Bjerkem	1991	<i>Ungdom og fiksjonsunderholdning: en undersøkelse av 14-15 åringers forhold til dramatisert underholdning på fjernsyn og på video</i>	Sosialantropologi	UIO
Marit Haldar	1993	<i>Barndom på boks. Barndomsperspektiver på NRK 1960-1990</i>	Sosiologi	UIO
Vebjørng Tingstad	1994	<i>TV-titting i et sosialiseringsperspektiv: en studie i 5 småbarnsfamilier</i>	Førskolepedagogikk	Univers. i Trondheim
Nina Birgithe Føyn Bjølgerud	1995	<i>"På skraphaugen" En innholdsanalyse av et Barne-TV program med vekt på verdiformidling</i>	Pedagogikk	UIO
Cecilie Kløvstad	1995	<i>Bank på før du kommer inn: en oppgave om ungdom, seksualitet og TV</i>	Medier og kommunikasjon	UIO
Dorthe Helene Stramrud	1995	<i>NRKs bidrag til å forme en ungdomskategori: en analyse av ungdomsbildet i Flimra, "Kluzz" og U</i>	Massekommunikasjon.	UIB
Hege Glømnes Jacobsen	1996	<i>Ungdom, medier og identitet. Survey og samtaleintervjuer om ungdomsidentitet i lys av medier og ungdomsserien "Helene og gutta"</i>	Sosiologi	UIO
Lise Juel	1996	<i>Hvilken indflydelse har TV på unge i Danmark? : en analyse af sociale relationer og kulturel identitetsdannelse i forhold til unges medievaner</i>	Antropologi	Københavns Universitet
Linn Heidi N. Lunde	1997	<i>Reklamebarn er ikke som andre barn! En studie av barn i reklame og reklame i barn</i>	Sosiologi	UIO
Sandvik, Thomas	1998	<i>Elektriske massemedia: opium for folket eller offentlighetens fugl Fønix?</i>	Sosiologi	UIO
Marianne Skogerbo	1998	<i>Interaktiv identitet</i>	Pedagogikk	UIO
Anniken Larsen	1998	<i>"Det tredje øyet"</i>	Pedagogikk	UIO

2 Teoretiske perspektiver på feltet

I denne delen av oppgaven vil jeg først som et bakteppe tegne et oversiktsbilde av den virkelighet som barn og unge lever under i dag. En forståelse av noen grunnleggende trekk ved det jeg her vil kalle det *senmoderne* samfunnet er nødvendig både for å forstå medias posisjon i det samme samfunnet og for å forstå moderne barndom. Når vi i neste omgang skal forsøke å gripe medias betydning for unge i dag er det helt nødvendig å gripe samspillet mellom den moderne barndommen og media: ”Å gripe mediernes innflytelse på barn, krever at vi griper den moderne barndommen. Samtidig som vi ikke kan forstå den moderne barndom uten å forstå mediene” (Haldar og Frønes 1998:8).

Dessuten benyttes slike teorier rundt modernitet og ”moderne barndom” flittig i mange av hovedoppgavene, og det er derfor nyttig for den senere analysen å etablere en forståelse av disse teoriene.

Videre vil jeg så presentere noen sentrale teorier om media generelt og fjernsynsmediet spesielt og ulike syn som der kommer til uttrykk om medias betydning for individ og samfunn.

Gjennomgangen, både av de generelle teoriene rundt modernitet og moderne barndom, og de spesifikke medievitenskapelige teoriene er viktig av to grunner: For det første utgjør disse teoriene grunnlaget for å besvare mine to første problemstillinger som gikk på hvordan fjernsynsmediets betydning for barn og unge har blitt forstått innenfor forskningen på media, og ønsket om å vurdere disse perspektivenes egnethet til å belyse dette forholdet. For det andre er teorigjennomgangen sentral for å etablere et verktøy egnet til å besvare mine to problemstillinger knyttet til mitt empiriske materiale. Her var målsettingen å avklare hvilke forskningsperspektiver og metoder som de 16 hovedoppgavene benyttet, hvor fruktbare disse har vært for studienes egne problemstillinger, og hvordan medias (TVs) betydning forstås. I tillegg ønsket jeg å vurdere forskjeller i forskningsperspektiv i oppgavene.

Gjennomgangen er også viktig fordi den er en måte å gjøre seg kjent med verktøyet på. Som tilfellet er med ”verktøy” i sin alminnelighet, blir kvaliteten på arbeidet det ”utfører” aldri bedre enn bruken, og forskningen rundt modernitet og medier er mange ganger et litt komplisert og noe uhandterlig verktøy som krever god tilvenning for å være anvendelig. Det har vært en utfordring for meg, og vi skal se, også for hovedfagsstudentene i mitt materiale.

2.1 Fjernsynsmediet i et sosialiseringsspektiv

2.1.1 Det senmoderne samfunn

I denne gjennomgangen vil jeg bruke betegnelsen *modernitet* i en generell betydning av ordet. Jeg tenker på de institusjoner og handlingsmønstre som først ble etablert i post-føydale Europa, men som utover i det tyvende århundre har fått verdensomspennende utbredelse. Dette er i overensstemmelse med Giddens' bruk av begrepet modernitet.⁵ Slik kan begrepet forstås som å betegne omtrent det samme som den "industrialiserte verden", bare man husker på at industrialiseringen ikke er dets eneste institusjonelle dimensjon. En annen dimensjon er kapitalisme, forstått som vareproduksjon både mht. konkurranse på et marked og arbeidskraft som en handelsvare (Giddens 1991:14-15).⁶

Et av de mest karakteristiske trekk ved moderne samfunn er dets dynamiske karakter. Endringstakten er rett og slett mye høyere enn i tidligere samfunn, og Giddens trekker fram tre faktorer som årsak til hvorfor moderne sosialt liv har blitt så omskiftelig: *Løsrivelsen av tid og rom dimensjonen, utløfting (disembedding) av sosiale institusjoner og institusjonell refleksivitet.*

Tidsdimensjonen - fortid, nåtid og fremtid - ble i pre-moderne samfunn knyttet til *rommet* gjennom deres felles forbindelse til *stedet*. Det meste med innflytelse på sosialt liv foregikk innenfor et geografisk avgrenset område (sted). Forestillinger om både tid og rom var knyttet til de konkrete erfaringer på stedet. Med løsrivelsen av tid fra rom - særlig ved oppfinnelsen av den mekaniske klokken - ble *tid* noe som eksisterte uavhengig av den daglige *duré* på et gitt sted. Tiden "mistet" på en måte sin kontekstavhengighet, sier Giddens.

Det globale kartet, som ikke er knyttet til ens egen erfaringsverden av et konkret sted, er en liknende illustrasjon av en "tømming" av rom-dimensjonen. Dette betyr selvsagt ikke at en tid- og rom- angivelse er uvesentlig i moderniteten. Tvert imot forgår det en

⁵ Min forståelse og utlegning av det senmoderne samfunn vil i hovedsak basere seg på Giddens gjennomgang av dette sakskomplekset i "Modernity and Self-Identity" (1991) og i "Reflexive modernization" (Beck, Giddens og Lash 1994).

⁶ Vi skal senere se hvordan både Adorno & Horkheimer (1981) og senere Pierre Bourdieu (1998) trekker fram dette med mediebudskap som vareproduksjon på et konkurrerende marked med dets iboende logikk.

presis reorganisering av tid og rom, men denne gangen uten å ha utgangspunkt i et bestemt sted. Dette åpner opp for en forståelse av *historisitet* og en mulighet for å "lære av historien", for å kunne endre fremtiden. Det dreier seg igjen om en økende vilje til, på en refleksiv og kritisk måte, å ta opp til vurdering den gitte samfunnsorden, med et ønske om å forbedre den. Tradisjon er ikke lenger grunn god nok for å beholde det som var, sier Giddens (1994:16-17).

Denne tømningen av tid og rom er grunnleggende for den andre bidragsyter til modernitetens dynamiske karakter; en utløfting av sosiale institusjoner (Giddens 1994:18). Giddens tenker her på at sosiale relasjoner løftes ut av sine lokale kontekster for siden å re-kombineres på tvers av ubestemte tid-rom dimensjoner. Giddens opererer med to typer "utløftingsmekanismer"; *symbolske tegn* (symbolic tokens) og *ekspert systemer* (*expert systems*). Det viktigste symbolske tegnet er *penger*. Penger bryter for det første opp tiden ved muligheten for å gi kreditt, og penger bryter opp rommet, ved en standardisering av verdi som tillater transaksjoner mellom mennesker som aldri trenger å møtes. "Ekspertsystemer" bryter opp tid-rom-dimensjonen ved å yte teknisk kunnskap med en gyldighet som ikke er avhengig av de personer som gjør bruk av kunnskapen. Slike ekspertsystemer gjennomsyrrer alle fasetter av sosialt liv i moderniteten, sier Giddens. Det finnes f.eks. slike systemer som gir oversikt over hvordan vi bor, spiser, lever, kommuniserer med andre osv. Disse institusjonene er igjen *refleksivt* konstituert. Giddens tenker her på hvordan institusjonene i det moderne bidrar med problematiseringer av den samme moderniteten. I tillegg til akademiske institusjoner, som sosiologien er representant for, finnes det også utallige andre veiledningsmanualer, terapeutiske organisasjoner og selvhjelpstilbud som bidrar til modernitetens refleksivitet (Giddens 1991).

Tvil er også et sentralt begrep for moderne sosialt liv. Kunnskap i det moderne uttrykkes gjerne som *hypoteser*, påstander om hvordan verden henger sammen som i prinsippet alltid er åpne for revisjon, og som til enhver tid må grunngis refleksivt. Institusjonelt produsert kunnskap gjennom ekspertsystemer har i tillegg ofte divergerende syn på samme fenomen. Blant alle de ulike valgmuligheter og mangfold er det individet må orientere seg og sin daglige virksomhet - og dette må skje refleksivt.

Moderne institusjoner skiller seg fra tidligere former for sosial organisering ved sin dynamiske karakter (som tidligere nevnt), sin undergravende funksjon på tradisjonelle vaner og skikker, og sin globale innflytelse. For Giddens er det et viktig poeng at disse endringene som moderniteten driver fram ikke bare kan betraktes som eksterne forandringer. Selv om moderniteten må forstås på et institusjonelt plan, vil disse

institusjonelle endringene også forandre folks dagligliv på en drastisk måte og påvirke de mest personlige sider ved vår erfaring. Det er et av de mest distinkte trekk ved moderniteten at forholdet mellom eksterne, globaliserende påvirkninger på den ene siden og interne personlige disposisjoner på den andre, i stigende grad veves sammen og har nær innvirkning på hverandre. Nye former for selv-identitet (*self-identity*) vokser fram og formes av moderne institusjoner, samtidig som de virker formende på de samme institusjonene.

Ens forestillinger om f.eks. det å gjennomgå et samlivsbrudd, er omfattende takket være all informasjon om dette emnet som allerede foreligger gjennom ekspertsystemer – ofte formidlet via media. Denne informasjonen tjener ikke bare som en belysning for den enkelte i egen håndtering av samlivsbruddet, men er konstituerende for hvordan dette bruddet blir. Medias tematisering av slike emner er del av modernitetens refleksivitet. De tjener til å organisere og endre de områder av sosialt liv de ønsker å belyse (Giddens 1991).

2.1.2 Barn i senmoderniteten

Jeg vil nå se litt nærmere på hvordan det er mulig å beskrive det å vokse opp i en slik senmoderne tidsepoke som Giddens beskriver. Jeg vil, i tråd med Thomas Ziehe (1989a), bevege meg på det plan hvor *livsverden* blir til. I hvilken grad har måten de unge fortolker seg selv og sin virkelighet på, endret seg i våre dager? Og hvordan forholder disse fortolkningene seg til de mer omfattende forandringer i det moderne?

Thomas Ziehe er enig med Giddens i at økt refleksivitet er den mest tydelige kulturelle tendens i vår tid, men gjør oppmerksom på at det ikke trenger å være et intellektuelt fenomen. Det dreier seg om en *eksplosjonsartet økning av viten* som vi stadig "bombarderes" med og som den enkelte er tvunget til å forholde seg til i sin egen orientering og handling i verden. Denne viten møter oss som *sekundære erfaringer*, det vil si erfaringer som vi kun gjør formidlet, og som oftest ligger forut for våre egne primære erfaringer. (Ziehe 1989a:12).

Et felt hvor dette er særlig tydelig er innenfor kjærlighetslivets og seksualitetens område. Tidligere var det om å gjøre for unge mennesker å skaffe seg kunnskap på dette området - få innsikt. I dag vet de unge allerede "alt", og det er mer snakk om å forsøke å leve opp til de forestillinger og idealer som samfunnet gjennom mediekulturen stiller til rådighet. Dette gir rom for bekymring knyttet til om man vil strekke til i forhold til det "ferdigskrevne manuskript" som Ziehe kaller det (Ziehe 1989a:12).

Også en viten om betydningen av oppvekst og oppdragelse - *sosialiseringsvitene* - ber om seg hos voksne, og gjøres til allemannseie. Hos foreldre er dette en viten som nedfeller seg som innsikter i alt som kan gå galt og gjøres feil. Nøye planlegging og observasjon blir nødvendig. Barnet blir et "prosjekt" som skal realiseres. Dette fører til økte forventninger både for barnet og foreldrene. Barnet vil ikke skuffe foreldrene og forsøker å utvikle seg i overensstemmelse med prosjektet, mens foreldrene føler presset som "prosjektansvarlige".

Vi lever i en kultur som i økende grad stiller en bakgrunnsviden til rådighet som er basert på en forestilling om at *alt lar seg forme*. Stadig flere livsområder omfattes av denne formbarheten - de kan problematiseres, tematiseres og forandres: "Det gjelder for eksempel også min egen kropp og dens utseende, min evne til at kommunisere, hele min habitus⁷ og mit forhold til virkeligheten." (Ziehe 1989a:13). Samtidig som dette innebærer en befrielse fra naturens tvang, innebærer det også et krav om å kunne rettferdiggjøre den måte jeg velger å utforme disse livsområdene på. Jeg kan ikke lenger underslå meg ansvar med henvisning til skjebnen. Dette åpner for at stadig flere livsområder kan underkastes et prestasjonspress og dermed bli gjenstand for *sosialt press*. Det kan lett arte seg som en stadig opplevelse av at jeg oppnår for lite i forhold til hva jeg kunne ha mulighet til.

Ens herkomst, i form av klassebakgrunn eller geografisk tilknytning, yter ikke lenger den samme "støtte" i form av strukturerende og selekterende fortolkningsrammer som tidligere. Den enkelte står "alene" i konstruksjonen av sitt livsprosjekt, og må selv håndtere de ambivalenser og skuffelser som hører til et slikt konstruksjonsarbeid. Samtidig har betydningen av den subjektive indre verden blitt større. Den indre verden med dens dagdrømmer, bilder og forestillinger har altså fått økt betydning, samtidig som den må hanskles med de ambivalenser og skuffelser som moderne livsførsel fører med seg. Ziehe kaller denne kulturelle tendens med voksende indre spillerom koblet til skjerpede beslutningskonflikter for *individualisering* (Ziehe 1989a:14).

De tre kulturelle tendenser: *refleksiviteten*, *evnen til å formes* og *individualiseringen*, bidrar sammen til å endre/øke de muligheter som står til rådighet for den enkelte - men

⁷ Det er interessant at Ziehe trekker inn habitus i denne formbarhetstenen. Når selv ens egen habitus gjøres tilgjengelig for refleksjon og dermed kan tas stilling til og formes, står det etter mitt syn i et problematisk forhold til Bourdieus egen forståelse av habitus som en kroppsliggjort praksis og forståelsesramme som langt på vei er ubevisst og tatt for gitt av innehaverne selv. Ziehes forståelse åpner, etter mitt syn, opp for å betrakte refleksiv kompetanse som en type kapital.

fungerer altså samtidig som en tvang. Disse kulturelle tendensene utgjør viktige trekk ved moderne menneskers *livsverden* - deres horisont eller bakgrunnsviden - som også barn og unge må orientere seg innenfor. Mulighetshorisonten utvides og må tas stilling til.

Det er viktig å poengtere at Ziehe ikke mener at disse kulturelle tendenser i form av økte mulighetshorisonter har oppstått i de siste tiårene. Grunnlaget og tendensene har vært til stede lenge før dette, men det er først nå at de ikke bare er tilgjengelige, men også uunngåelige, selv for barn og unge. Dette er et viktig poeng. Refleksivitet, i betydningen det å tenke om seg selv og de sammenhenger en inngår i, er nærmest et allment trekk ved mennesket som art. I denne betydningen har mennesket hatt en evne til refleksjon til alle tider. Det nye er imidlertid at omfanget av de forestillinger og bilder som omgir oss har eksplodert og gjort det til en *nødvendighet* for den enkelte å forholde seg til dem i sin egen orientering. Den refleksive orientering har på mange måter blitt en nødvendighet.

2.1.3 Medias innvirkning

I det moderne samfunnet har, som vi har sett, innflytelsen fra hendelser fjernt fra den enkeltes nære handlingsrom i stadig økende grad blitt trukket inn og fått innflytelse over ens hverdag. Media spiller en nøkkelrolle i denne prosessen. Helt siden skriftspråket ble introdusert har medierte erfaringer virket inn på enkeltmenneskers identitet og organisering av sosiale relasjoner, men med massekommunikasjonssystemer - særlig utviklingen av elektronisk kommunikasjon - har denne innflytelsen tiltatt drastisk (Thompson 1995, Postman 1982). Vi lever i dag på mange måter i én global verden, hvor mye av kunnskapsmengden og erfaringene er felles gods. Denne felles kunnskapsressursen skiller også i liten grad mellom barn og voksne. Det innebærer at barn i dag får innsikt i ”de voksnes verden” på en helt annen måte enn før. Media, særlig TV, er lett tilgjengelig, også for barn, og de fleste emner og saksforhold presenteres og debatteres flittig. Men er dette nødvendigvis negativt?

I den ”allmenne opinion”, eller vi kan også kalle det den offentlige diskursen, er det i alle fall ofte trukket fram at media kan være syndebukken når negative og asosial atferd fra unge oppstår. Et eksempel som ofte nevnes i denne sammenheng er drapet på den to år gamle gutten James Bulger i Storbritannia i 1993. Drapet skapte store medieoppslag over hele verden (Buckingham 1998:36). Angivelig skulle drapene som ble begått av to 11 år gamle gutter, være inspirert av og til dels kopiert fra, voldsvideoer guttene hadde sett. Eksempelen illustrer på en god måte hvordan spørsmål rundt medias betydning først bringes opp til en diskursiv overflate for oss når det tilsynelatende (eller faktisk) oppstår

negative konsekvenser som kan tilskrives media. Ellers er medias ”funksjon” og betydning for oss mer å regne som en del av vår rutiniserte ”tatt for gitt” verden, som vi tidligere har vært inne på. Media er så innvevd i vårt dagligliv at vi lett kan bli ”blinde” for dets betydning.

Men hva mener forskerne om barns særlige sårbarhet for påvirkning? Mange forskere som har jobbet med barn og unges utvikling og sosialisering ser ut til i mene at barn kan være særlig utsatt:

Det særegne ved de unge generasjoner, forteller sosiologiens generasjonsteorier oss, er at de lettere griper det nye, og er svakere forankret i det gamle. De er som ospebladene, som først registrerer nye vinder, ikke bare fordi de har følsomme blader, men fordi de har svake røtter (Frønes 1998:13)

Dette høres jo også plausibelt ut. Selv om mange forskere i dag opererer med en bredere forståelse av sosialisering enn tidligere, der en mer ser på fenomenet som en livslang prosess, og ikke bare noe som hører barndommen til, kan det ikke underslås at oppveksten i *særlig grad* er en tid for tilegnelse av samfunnets normer og regler, i tillegg til mange grunnleggende ferdigheter for å mestre en voksentilværelse.

Da blir det problematisk, mener Neil Postman, når barrierene mellom barns og voksnes verden viskes ut. I boken ”The Disappearance of childhood” (1982), roper Postman et kraftig varsko for denne utviklingen. I dag kan barn og unge langt på vei trekke veksler på det samme medierte kunnskapsforrådet som voksne. Tidligere var erfaringsgrunnlaget et resultat av en gradvis utvikling på bakgrunn av barns direkte befatning med sine omgivelser. Voksne hadde *sin* verden med innsikter som barn i stor grad var skjermet fra. Det fantes en rekke hemmeligheter som det ikke ble snakket med barn om, og som barn bare gradvis fikk tilgang til etter hvert som de ble eldre. Det er fjernsynet som etter Postmans oppfatning er det problematiske mediet i denne sammenhengen. TV krever ingen ferdigheter av seeren. Det har en svært lav ”brukerterskel” i den forstand at bilder kan oppfattes uten at seeren nødvendigvis må kunne lese eller skrive. Dermed blir TV tilgjengelig for alle aldersgrupper. Siden alle sider ved de voksnes verden tematiseres på TV vil det ikke bli noen form for kunnskap som barna ikke har, og dermed vil også barndommen som fenomen forsvinne, hevder Postman.

En kan godt tenke seg at Postman på mange måter har rett i sin beskrivelse av at barndommen, om den ikke akkurat forsvinner, så i alle fall at den endrer karakter. Det er plausibelt at en tilstand der barn har tilgang til mye informasjon om de voksnes verden

gjennom massemediene og gjør så mange *medierte sekundære erfaringer*, vil være annerledes enn en tilstand uten slike erfaringer. Men må det nødvendigvis være negativt? Kan det ikke tenkes at en nedbryting av barrierene mellom voksen og barn kan fungere som en ressurs som vil føre generasjoner nærmere hverandre, og kanskje også fremme sosialisering? I kapittel 2.6 skal vi se at medieforskeren Joshua Meyrowitz nettopp er inne på slike tanker.

Men la oss først foreta en gjennomgang av noen sentrale retninger innenfor forskningen på media i tilnærmet kronologisk rekkefølge.

2.2 Fokus på "effekter"

Effekt-tradisjonen regnes som den første retningen innenfor forskningen på media. Tradisjonen har fått sitt navn gjennom fokuset på effekter av medias budskap. Forskningen har i stor grad vært preget av ulike bekymringer for medias, og særlig fjernsynets, potensielt skadelige virkninger på seeren. Denne bekymringen har vært sentrert rundt noen grunntema: det har handlet om framstilling av sex, om vold, om virkninger på barn, politikk og spørsmål om valg/demokrati, kjønn og rase (Abercrombie & Longhurst 1998:4). Særlig interessant for meg her er denne opptattheten av barn og unges utsatthet for skadelig påvirkning. Dessuten glir bekymringen for barn over i de andre temaene ved at fremstillinger av vold, sex og forhold mellom kjønnene ses som særlig problematisk for barn og unge fordi de er særlig utsatte og sårbare for ytre impulser - som mediebudskap.

Forståelsesrammen som lå til grunn for de første tilløp til forskning innenfor dette paradigmet var en enkel stimulus-respons modell der et budskap gikk fra en sender gjennom et medium til en mottaker som responderte på dette stimulus (Werner 1997). En tenkte seg nærmest at mediebudskapene injiseres som et narkotikum inn i en passiv og forsvarsløs mottaker, og at påvirkningen fungerte omtrent likt på alle. En kan enkelt forestille seg at engstelsen kunne bli stor i forhold til innholdet i budskapet som "injiseres".

Egentlig går denne forståelsen av medierte budskap langt tilbake i tid. Allerede i forbindelse med utbredelsen av boktrykkerkunsten var kirken redd for at en slik allmenn tilgang til informasjon ville forderve leseren og føre vedkommende ut i villfarelse og synd (Bø 2005:319).

Senere ble modellen supplert ved en forståelse av at mottakerne ikke var like og dermed heller ikke kunne bli påvirket på samme måte av mediebudskapene. Mottakeren

var situert i en sosial og kulturell kontekst som førte til at en reagerte forskjellig på samme mediebudskap.

Den kanskje mest innflytelsesrike varianten av effektstudier som fremdeles har en viss utbredelse, er *kultiveringsanalyse*, som George Gerbner var opphavet til på 60-tallet. Denne retningen ser på fjernsynet som et symbolsk miljø som vi omgir oss med, og som kultiverer et visst perspektiv på verden. Gerbner er mest opptatt av fjernsynets fremstillinger av virkeligheten. Kultiveringsanalyse fokuserer på hvordan totaliteten av medieinnhold skaper en mytologi om f.eks. kvinner, minoriteter, kriminalitet, osv. Denne mytologien vil etter hvert forme seernes oppfatning av og respons på deres virkelige omgivelser og verden (Meyrowitz 1985:14). Gerbner la vekt på at forskningen måtte være *kvantifiserbar*. Typisk for tradisjonen var derfor å måle mengden av eksponering for ulike fjernsynsbudskap for å se om forskjeller her kunne forklare forskjeller i holdninger for brukerne (Abercrombie & Longhurst 1998: 6-7). Forskningsmetoden som ble benyttet var typisk *innholdsanalyse* av mediebudskap ofte i kombinasjon med spørreundersøkelser (survey) for studie av seerne. Gerbner og andre forskere i denne tradisjonen mener å kunne påvise betydelige langtidseffekter av TV titting på holdninger, meninger og verdier. Fordi TV presenterer vridde bilder av virkeligheten, vil TV-titting etter en tid føre til en endring av virkelighetsoppfatningen, hevdes det (Rydin 1996).

Men mye av denne forskningen er foretatt i USA. Her i Skandinavia har Abrahamsson (Rydin 1996) foretatt studier etter kultiveringshypotesen, som påviser at verdier som trygghet, respekt og frihet fremheves i barneprogrammer på svensk TV. Det dreier seg om en gammeldags idyllisk samfunnsfremstilling karakterisert ved individualisme og tradisjonelle kjønnsrollemønstre. Abrahamsson har en innholdsanalytisk tilnærming til feltet og gjør ingen forsøk på å påvise om dette skjeve samfunnsbildet gjør noe med svenske barns holdninger og verdier.⁸

Selv om den enkle stimulus-respons versjonen av effektmodellen i dag er forlatt av forskerne på området, finner vi igjen mye av denne forståelsen i folks allmenne bekymring for medias virkninger. Det er særlig rundt spesielle hendelser, som drapet på Jamie Bulger som nevnt tidligere, at fokuset kan bli stort på medias rolle. Innenfor mediaforskningen betegnes dette ofte som *mediepanikk*. Selv om den etablerte forskningen har forlatt den

⁸ I alle fall er ingen slike resultater referert av Rydin (1996).

enkle modellen, kan en finne igjen mye av dens ånd i senere teorier (Bø 2005:320), og vi skal også se i analysen av hovedoppgavene at det er lett å falle ned i en forståelse som likner mye på effektteoriens, selv om en ikke bekjenner seg til paradigmet i seg selv.

2.3 Bruk i fokus – ”uses and gratification”

I motsetning til effektteorien som har vært opptatt av de mer eller mindre direkte konsekvensene og effektene av mediebudskap på mottakerne, har ”uses and gratification”-tradisjonen et motsatt fokus. Her dreier deg seg om å avdekke og forstå hvordan mottakerne gjør *bruk* av mediebudskapene – herav også navnet på tradisjonen.⁹ Katz m. fl. (i Abercrombie & Longhurst 1998:7-8) trekker opp fem hovedelementer som kjennetegner paradigmet: For det første betraktes mottakeren, eller *brukeren* som er en mer presis betegnelse i denne tradisjonen, som aktiv og målrettet i sin søken etter å tilfredsstille sine behov. For det andre benytter brukeren sitt eget initiativ til å knytte sammen tilfredsstillelsen av behov med egne aktive valg. Individet bruker media, i stedet for å bli påvirket av det. For det tredje er det slik at andre instanser eller kilder også kan innfri disse generelle og bestemte behovene, og media konkurrerer med andre slike ”behovstilfredsstillere”. For det fjerde baserer denne forskningsskolen seg på brukernes egne rapporteringer av motiver for behovstilfredsstillelse. Og for det femte bør eventuelle verdistandpunkt i forbindelse med media og dets bruk holdes tilbake eller nedtones.

Det er slik jeg ser det en klar forbedring i synet på mediemottakeren innenfor dette paradigmet, sammenliknet med effektmodellen. At personen som gjør bruk av mediebudskapene forstås som en aktiv handlende aktør og ikke en passiv viljeløs mottaker i møtet med media, tegner et mye mer nyansert bilde av medieringsprosessen. Men ”uses and gratification”-skolen er også kritisert av flere. Morley (1980:14) mente bl.a. at tradisjonen var for individfokusert og for opptatt av psykologiske og mentale tilstander, at behov og prosesser var løsrevet fra den sosiale situasjonen fra de studerte individene.

Fokuset på *behov* og *funksjon* har også vært trukket fram av andre som en alt for funksjonalistisk forståelsesramme (Abercrombie & Longhurst 1998:8-9). Det er

⁹ ”Uses and gratification” kan vel oversettes omtrent til ”bruk og tilfredsstillelse”, gratification kan kanskje også oversettes med ”nyttelse” eller ”belønning”. ”Uses and gratification” er imidlertid et så etablert begrep innenfor medieforskningen at jeg vil benytte det i sin originale språkdrakt her.

individenes egenrapporterte mentale tilstander som står i fokus, men det kan settes spørsmål ved om forskeren egentlig kan få sann kunnskap om disse tilstandene. Det er også lite eller ingen fokus på *sosiale* prosesser som brukeren inngår i. Det er de intra-individuelle prosessene som fokuseres. På den måten overses betydningen av andre individers innvirkning på medieringsprosessen. Betydning av *sosial gruppe* mangler.

Man kan si at "uses and gratification"-forskningens "kardinalsynd" har vært å ignorere hverdagens sosiale kontekst i forståelsen av mediebruk, og i tillegg ha avskilt behovstilfredsstillelse fra den kulturelle mening utledet gjennom medieinnhold (Schrøder 1999:40).

Et annet trekk som det kan stilles spørsmål ved, er fraværet av potensielt dysfunksjonelle virkninger av media, og en åpning for at det kan ligge interesser og makt i mediebudskap. Dette er en innvending som fremfor alt var viktig i fremveksten av det neste paradigmet vi skal se nærmere på.

2.4 "Den språklige vendingen" og betydningen av "mening"

Sentralt for denne retningen som også ofte kalles "cultural studies", er begrepet *mening*. Kultur forstås her som "samlingen av kulturelle prosesser der mening skapes, sirkuleres og utveksles" (Thwaites, Davis og Mules 1994:1). Kultur forstås som området for meningsproduksjon, og mening skapes gjennom sosiale relasjoner, det være seg mellom folk, grupper, klasser, institusjoner, strukturer eller ting. Ved å plassere kultur i sentrum, uttrykt som de sosiale prosesser som har med meningsdannelse å gjøre, åpner det seg et helt nytt utlikpunkt for å betrakte verden rundt oss. Retter vi blikket mot media får vi umiddelbart et alternativt bilde til "uses and gratification"-paradigmets "ensomme" mottakssituasjon. Produksjon av mening i mediebudskap foregår i sosiale relasjoner og i en sosial *kontekst*. Selv om en mening eller fortolkning av en tekst alltid er i endring og aldri er fullstendig omforent i en sosial gruppe, er den allikevel skapt i samhandling med andre, og må forstås som det.

Siden mening for mennesket oftest uttrykkes gjennom *språk* tenker en seg i denne retningen at *all* type meningsdanning kan uttrykkes *som om* det var språk eller *tekst* og analysere den på samme måte som tekstlige meningsuttrykk. Herav også uttrykket "den språklige vendingen". På den måten kan en benytte begreper og verktøy utviklet innenfor lingvistikken (språkvitenskapen) for å analysere og forstå all form for meningsproduksjon.

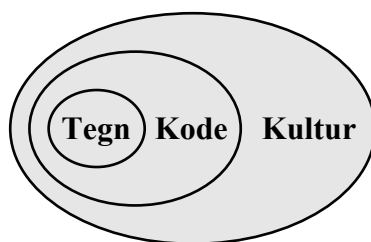
Å betrakte et gitt sosialt fenomen som tekst gjør det med andre ord mulig å trenge igjennom den fasade av selvfølgelighet eller ”tatt-for-gitt-het” som fenomenet vanligvis fremstår med, og tydeliggjøre for oss at all tekst (sosiale fenomener) er sosialt konstruert for å formidle visse meninger og oppnå visse effekter ved å signalisere noe til omverdenen (Thwaites m. f. 1994:69).

I stedet for å snakke om: sender, budskap og mottaker i medieringsprosessen, bruker en her heller begrepene *tekstprodusent*, *tekst* og *tekstresepsjonist*. Herav også navnet *resepsjonsstudier* som ofte benyttes om denne type forskning.

Når en så skal analysere kulturelle og materielle omgivelser som meningsbærende tekster, er det noen sentrale begreper vi bør gjøre oss kjent med. Vi skal senere se at mange av hovedoppgavene gjør bruk at dette verktøyet i sin analyse, og det er derfor hensiktsmessig å klargjøre de viktigste begrepene som benyttes.

For det første ses språk som et *system av tegn*, og et tegn er et merke som viser til noe annet enn seg selv (Schwebs og Østbye 1995:132). Vi kan si at tegn er en sammenbinding mellom et uttrykk og et innhold. Å kommunisere med andre kan derfor ses som en kontinuerlig tolkning av tegn. Mennesket forsøker hele tiden å skape fornuftig mening ut av signalene det fanger opp. Det å skape mening er derfor sentralt for *semiotikken* (studiet av tegn). Videre blir tegn organisert ved hjelp av *koder*. ”En kode er et sett med regler, et system som tegna blir organiserte etter. Kulturen kan oppfattes som summen av tegna og kodene i samfunnet” (Schwebs og Østbye 1995:132). Kulturen utgjør det rommet der tegnene og kodene eksisterer. Den er i sin tur avhengig av og resultat av dem. Vi kan forenklet tenke oss tre nivå: Tegn, kode og kultur. For å forstå tegnet, må vi kunne koden. For å forstå koden må vi forstå kulturen. Vi kan sette opp en modell for å illustrere forholdet.

Figur 2.1 Meningsproduksjon illustrert som forholdet mellom kultur, kode og tegn. (Schwebs og Østbye 1995:132).



Vi ser at altså at meningen i en tekst ikke er entydig gitt, og det å skape mening er avhengig av at en kjenner til tegnenes betydning, de kodene eller reglene som organiserer tegnene, og kulturen de oppstår innenfor. All oppfatning og tolkning av tekster er avhengig av fortolkeren selv og dennes bakgrunn. Dette er den *hermeneutiske* innsikten.¹⁰ ”Å tyde innholdet vil derfor alltid være problematisk fordi teksttolking alltid forutsetter en teksttolker” (Schwebs og Østbye 1995:132).

En tekst må imidlertid også ha en *kontekst* for å bli presist forstått. En kontekst består av tid og sted teksten oppstår i, den sosiale og psykologiske verden som tekstprodusentene opererer innenfor, og i tillegg alle språklige ytringer som omgir teksten (Vagle m. fl. 1995:35). Vi kan si at konteksten er den sosiale situasjonen som tegnet benyttes innenfor, og som er med på å bestemme hvordan tegnet skal fortolkes og hvilken kode som skal benyttes, men også hvem teksten henvender seg til og hvem den kommer fra.

I denne sammenheng er begrepet *diskurs* sentralt. Vi kan si at en diskurs består av en tekst eller samling av tekster i en kontekst. Diskurs brukes også om den samlede mengde tekster innenfor et emne, og de avgrenses ved å opptre til en bestemt tid, på et bestemt sted og i en bestemt sosial sammenheng (Vagle m. fl. 1995:35). Vi kan derfor snakke om diskursen rundt galskap, slik Foucault (1973) opprinnelig benyttet begrepet, eller diskursen i media om vold på TV. Når en benytter diskursbegrepet på denne måten, er en gjerne opptatt av å vise hvordan diskursen definerer og avgrenser hva det er mulig å tenke og si om et tema.

2.4.1 Den første generasjonen – ”encoding/decoding”

Den første som tok i bruk semiotikken innenfor studiet av massekommunikasjon var Stuart Hall. Det er særlig hans berømte artikkel fra 1974: *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, som en regner som startskuddet innenfor retningen som ble kalt *resepsjonsstudier*, og som var en del av *cultural studies*-tradisjonen som vi tidligere har vært inne på (Alasuutari 1999). Hall hadde opphav i den såkalte *Birminghamskolen* som opererte innenfor en ny-marxistisk forståelsesramme. Her ble det gitt uttrykk for en mediekritikk der fjernsynet betraktes som reproduksjon av dominerende ideologiske og hegemoniske strukturer.

¹⁰ Hermeneutikk: ”Fortolkningskunst; vitenskapen om skrifttolkningens teori” (Gyldendals

Vi husker at det var en sentral innvending mot ”uses and gratification”-tradisjonen at dette paradigmet manglet en forståelse av *dysfunksjon* mht mediebudskap, og at det kunne ligge interesser bak en viss type forståelse av et budskap. Hall var særlig opptatt av ”uses and gratification”-paradigmets forståelse av verdier. Ifølge dette paradigmet eksisterer det en allmenn konsensus rundt verdier blant mottakere av mediebudskap, og de individene som ikke delte denne felles forståelsen, ble definert som avvikende (Abercrombie & Longhurst 1998:10). I stedet hevdet Hall at det tvert imot ikke eksisterte en slik naturlig definert konsensus mht verdier som alle delte, men i stedet et sett av sosialt påtvungne dominante verdier. Media kunne ikke lenger betraktes som uttrykk for en naturlig konsensus. Media representerte derimot interesser som reproduserte visse meninger framfor andre. Media reflekterte ikke bare en enighet som eksisterte i samfunnet, men bedrev selv en aktiv konstruksjon av en slik enighet. Med semiotiske begreper kan en si at media selv bedrev *meningsproduksjon* gjennom sitt utvalg eller utsnitt av ”virkeligheten” og hvordan den ble presentert. Ikke bare mottakeren av et mediebudskap bedrev en aktiv fortolkning og avkoding (*decoding*) av mening, også avsender av et budskap var involvert i aktiv meningsproduksjon gjennom sitt utvalg og koding (*encoding*) av budskapet (Hall 1989).

Men media bedrev ingen ”nøytral” koding av sine budskap. De ble typisk kodet innenfor den dominante ramme eller ideologi, av mediefolk som opererte innenfor den hegemoniske orden, og som ofte reproduserte budskap assosiert med en politisk og økonomisk elite. Budskapene inneholder en dominant eller *foretrukket mening* (Abercrombie & Longhurst 1998:14). Når disse budskapene deretter ble avkodet av mottakerne, bryter her Hall med den tradisjonelle marxistiske forståelsesrammen om at mottakerne *kun* kan foreta denne avkodingen innenfor den falske bevissthet som utgjøres av den dominante forståelseshorisonten. I stedet er det tre¹¹ grunnleggende måter som mottakeren kan avkode budskapene på, ifølge Hall: *Dominant*, *forhandlende* eller *opposisjonell*. Dominant eller *hegemonisk* avkoding vil si at avkodingen skjer i overensstemmelse med den dominante mening. *Forhandlende* vil si at det stilles spørsmål ved enkelte konnotasjoner og koder i teksten, men allikevel med aksept for dets

fremmedordbok 1974).

¹¹ Opprinnelig formulerte Hall fire typer avkodinger. Den fjerde er *profesjonell* kode, men denne koden er ikke like sentral og har heller ikke fått samme oppmerksomhet som de tre andre (Alasuutari 1999).

overordnede mytologi. *Opposisjonell* avkoding vil si at det stilles spørsmålstegn både ved de foretrukne konnotasjoner og koder, og i tillegg også de patriarkalske, undertrykkende mytene som vises. I stedet erstattes den foretrukne mening med en fortolkning som virker i direkte opposisjon til den hegemoniske (Abercrombie & Longhurst 1998, Thwaites m.fl. 1994).

Alasuutari (1999) snakker om tre generasjoner av resepsjonsstudier, der Hall representerer den første generasjonen. I denne gjennomgangen av ”cultural studies”-tradisjonen gjør jeg bruk av denne tredelingen for å bedre oversikten over retningene. Når jeg senere skal etablere en modell for analyse av hovedoppgavene bruker jeg en litt annen inndeling av ”cultural studies”-tradisjonen som bedre kontrasterer perspektivene for mitt formål.

2.4.2 Den andre generasjonen – etnografiske studier av tilskuere

I kjølvannet av Hall vokste det på 70-, 80- og 90-tallet fram en rekke nye bidrag som videreutviklet den grunnleggende modellen til Hall. Det var særlig i synet på tilskueren eller seeren (*audience*)¹² at utviklingen er særlig tydelig (jf. Abercrombie & Longhurst 1998). Den andre generasjonen kjennetegnes av et større fokus på å forstå hvordan avkodingen foregår hos seeren. Metodisk gjøres dette gjennom kvalitative resepsjonsstudier av seerne ved hjelp av dybdeintervjuer, gjerne også kalt *etnografisk metode*.

Vi kan også snakke om en forskyvning i interesse mht typer programmer. Mens en tidligere hadde vært mye opptatt av nyhetsprogrammer og andre typiske informasjonsprogrammer, ble blikket nå typisk rettet mer mot fiksjonsprogrammer, særlig romantiske serier og hvordan disse ble avkodet (Alasuutari 1999:4-5). Vi kan snakke om en bevegelse bort fra en interesse for allmenn politikk over mot ”identitetspolitikk”.

Det ble også lagt mer vekt på mediets funksjoner, slik som f.eks. David Morleys *Family Television* (1986). Ulikt det tidligere uses and gratifications paradigmet fokuserte man innenfor det nye etnografiske perspektivet på fjernsynet som en sosial resurs for

¹² Det finnes egentlig ikke noe fullgodt norsk ord for det engelske *audience*. Alle de norske ordene som tilskuer, tilhører, seer eller publikum er på en måte inkorporert i det engelske *audience* som favner mye bredere. I denne oppgaven vil jeg benytte meg av de norske ordene som jeg synes favner best for de ulike sammenhengene, der *audience* blir bruk i den internasjonale forskningslitteraturen.

samtale, eller også ofte hvordan fjernsynsbruk reflekterte og reproduerte (kjønnede) relasjoner av makt innen familien (Alasuutari 1999:4-5).

Et annet sentralt trekk ved denne andre generasjonen var å se på resepsjon ut ifra *seerens* posisjon i kommunikasjonsprosessen, selv der man tok for seg et spesielt program eller serie. Man forsøkte ikke å forklare resepsjonen av et program ved å dykke ned i det "fortolkende samfunn". I stedet studerte man en gruppes dagligliv, og relaterte bruken eller resepsjonen av et program til dette dagliglivet. Man studerer medias rolle i hverdagslivet, ikke innflytelsen (eller meningen) av hverdagslivet på resepsjonen av et program (Alasuutari 1999:5).

Slik jeg ser det er utviklingen fra den første til den andre generasjonen av resepsjonsstudier først og fremst en bevegelse mot større vektlegging av kontekst for å forstå avkodingen eller resepsjonen av en medietekst. Resepsjonen måtte forstås i forhold til de sosiale relasjoner avkodingen foregikk innenfor.

2.4.3 Den tredje generasjonen – et konstruktivistisk perspektiv

Den tredje generasjonen innenfor studiet av tilskueren (audience) dateres tilbake til sent 1980-tall, da en rekke forskere begynte å diskutere og debattere grunnlaget for den etnografiske fremgangsmåten (Alasuutari 1999:6). Det finnes ikke et objektivt publikum der ute, mente man. Tilskueren er en *diskursiv konstruksjon* produsert ved et spesielt analytisk blikk. I stedet for et fokus på medieringsprosessen, skulle heller folks *dagligliv* være utgangspunkt og objekt for forskningen. At dagliglivet måtte trekkes inn så vi allerede ble gjort innenfor den andre generasjonen, og det dreide seg heller ikke om noe brudd med tidligere tradisjoner innenfor "cultural studies", men snarere en utvidelse av rammene for forståelsen av media og mediebruk. Man forkastet ikke etnografiske "case-studier" av publikum eller analyser av enkeltprogrammer, men hovedfokus var ikke begrenset til å avklare resepsjonen eller "lesningen" av *ett* program, av *ett* bestemt publikum:

"Rather, the objective is to get a grasp of our contemporary 'media culture', particularly as it can be seen in the role of the media in everyday life, both as a topic and as an activity structured by and structuring the discourses within which it is discussed" (Alasuutari 1999:6).

Det er medias kulturelle plass i dagens samfunn man egentlig ønsker å kaste lys over.

Et annet utviklingstrekk innenfor kultur- og mediestudier har vært å reflektere over, og ta avstand fra, den kulturelle bekymring som ligger nedfelt i måten vi oppfatter dagens

samfunn og dets karakteristiske nye fenomener på, slik som massekommunikasjon og massekultur (Alasuutari 1999:9). Forholdet til disse fenomenene har vært anstrengt innenfor ”cultural studies” og kritisk samfunnsteori generelt, fordi et sentralt trekk innenfor ”cultural studies” har vært å være kritisk til ”moderne” eller ”postmoderne” samfunn. Dette innebærer i seg selv en moralsk stillingstaken, blir det hevdet. Imidlertid innebærer det å være kritisk i analytisk betydning, også å ikke være blind eller villedet i sin forståelse av kulturelt gitte eller overleverte bekymringer.

Oppsummert ser vi at ”cultural studies”-tradisjonen har gjennomgått en utvikling ved å trekke inn stadig flere aspekter ved den kontekst som mediebudskap fortolkes innenfor, for å gripe medieringsprosessen og den betydningen media inngår i. Hele kulturen må trekkes inn i fortolkningen. På den måten har studiet av media beveget seg forbi det stadium der en evaluerte effekten av enkeltbudskap. I stedet er fokus skiftet over mot analyse av medias diskurser og disses innhold. Det dreier det seg om å forstå fjernsynet og dets budskaper på en så *helhetlig* måte som mulig.

2.5 Hvor fritt står mediebrukeren i sin avkoding?

Vi var inne på bekymring i forhold til media i diskusjonen ovenfor, og det bringer oss over på en annen sentral dimensjon når det gjelder medieforskningen. I hvilken *grad* er det grunnlag for å være bekymret for at seeren blir ”bergtatt” av medietekstene? Eller sagt på en annen måte: Hvor stor frihet har mediemottakeren til å fortolke og avkode medias budskap som hun eller han selv ønsker?

Kulturstudienes forskning har med sin marxistiske forankring, vært opptatt av ideologi, og prosessen hvorved arbeiderklassen har blitt holdt tilfreds med sine sosiale betingelser og sin sosiale posisjon. De første kulturkritiske tekstene fra *Frankfurterskolen*¹³, særlig teoriene til Max Horkheimer og Theodor Adorno (1981), har understreket massekulturens eller *kulturindustriens* sentrale rolle i denne undertrykkings- eller fremmedgjøringsprosessen.

¹³ *Frankfurterskolen* er en betegnelse som benyttes om de marxistisk orienterte sosialvitenskapelige forskerne som hadde sitt opphav fra ”Institut für Sozialforschung” ved Universitetet i Frankfurt i perioden 1930 til 1945 (Krogh 1991).

Et diametralt motsatt perspektiv er å se på media som en formidler av et kulturelt meningsmangfold som mottakerne står nærmest fritt til å benytte som råmateriale i sine egne konstruksjoner av identitet eller til nytelse og atspredelse (jf. Fiske 1987).

Det springende punktet er synet på betydningen og omfanget av den *foretrukne mening* (jf. Hall ovenfor). På den ene siden kan en tenke seg at media presenterer en dominant uniform ideologi inneholdende en veldefinert ”foretrukket mening” som gjør det svært vanskelig for alternative meninger å vinne frem (Abercrombie&Longhurst 1998:18). Påvirkningen på den *passive tilskueren* blir dermed stor. Dette kan vi betegne som *dominant tekst*-posisjonen. Motsatt kan vi tenke oss en *dominant tilskuer*-posisjon som ser teksten som *polysemisk*; inneholdende en rekke mulige meninger og derfor åpen for en rekke tilskuer-fortolkninger. Likeledes er tilskueren ikke passiv i møte med denne løst organiserte teksten, men aktivt diskuterende, analyserende eller avvisende til teksten. Denne aktiviteten vil lettere lede til opposisjonell lesning, men kan også åpne for nøytral og lekfull lesning.

For på en måte å ”spenne ut” feltet vil jeg her presentere disse to ytterpunktene i synet på media og mottakerens frihet i avkodingen. Jeg vil betegne dem som henholdsvis *dominant tekst* og *dominant seere*. Betegnelsen *seer* er valg i stedet for tilskuer fordi det mer presist betegner fjernsynsseeren, som er hovedfokus i denne studien. I tillegg til at dette grepet tydeliggjør posisjonene, blir det også enklere å vise forskjellene i forhold til andre forskningsperspektiver. Det vil være nyttig i den videre analysen av hovedoppgavene.

2.5.1 *Dominant tekst* – hegemoni og forflatning

La oss først se på Adorno og Horkheimers bidrag. I dag er det ikke lenger særlig mange som abonnerer på deres svært så pessimistiske syn på medieindustrien, med deres teorier siteres svært ofte i forskningen rundt media, også i noen av hovedoppgavene, som vi skal se.

For Adorno & Horkheimer (1981) var fremveksten av underholdningsindustrien, som for alvor skjøt fart etter 2. verdenskrig, en trussel mot kunstens og kulturens selvstendighet. De kalte det for en *kulturindustri* fordi gigantiske selskaper masseproduserer kulturelle varer for et stort publikum. Adorno & Horkheimer var med sine røtter i marxistisk tankegods kritiske til denne *kulturindustrien* og mente den - ved å produsere og formidle bestemte *hegemoniske* fortellinger om hvordan verden henger

sammen - virket manipulerende på mottakerne av budskapene. Vi kjenner igjen disse tankene fra den ny-marxistiske "cultural studies"-tradisjonen som jeg presenterte ovenfor.

Ved at kultur reduseres til en vare blir kulturindustrien på den måten et redskap for kontroll og herredømme. Kulturindustrien blir et ideologisk apparat som formidler bestemte dominerende fortellinger som igjen strukturerer hvordan mottakerne forstår og oppfatter verden. Den dominerende ideologien Adorno & Horkheimer først og fremst sikter til er en kapitalistisk - kommersiell varekultur hvor det vesentlige siktemål er å oppdra folk til gode konsumenter. Produsenter av medietekster har visse interesser som er styrt av deres kontroll over produksjonsmidlene. Med de hegemoniske budskap som følger av dette, undergraves det kritiske potensialet, og muligheten for kreativitet og overskridelse (*transgresjon*) frarøves folk. Det er bildet av den gjennomfetisjerte verden som Adorno og Horkheimer her tegner opp.

Selv om Adorno & Horkheimer skrev innenfor en marxistisk forståelse som ble videreført av "cultural studies"-tradisjonen, er det slik jeg ser det mest presist å plassere dem innenfor *effektparadigmet*, med dets fokus på funksjonelle og dysfunksjonelle virkninger av mediebudskap.

Pierre Bourdieu er et mer nåtidig eksempel på en samfunnsforsker med en stor bekymring for medias innvirkning på kultur og samfunn. I sin bok "Om Fjernsynet" (1998) gir han uttrykk for en krass kritikk av dagen fjernsynsmedium. Bourdieu mener at fjernsynet gjennom sin jakt på seertall "...setter ulike andre sfærer for kulturell produksjon (kunst, litteratur, vitenskap, filosofi, jus) i stor fare,..." (Bourdieu 1998:7). Bourdieu mener at fjernsynet har gode ansatser i seg til å fungere som et demokratiserende redskap, men at dette potensialet blir undergravet gjennom jakten på høyere seertall. Fjernsynsmediet må hele tiden jakte på å fange et bredest mulig publikum og fokuserer derfor gjerne på forhold som fanger interesse for alle og enhver. Også nyheter blir underlagt denne forflatende mekanismen, mener Bourdieu. Nyheter må ikke sjokkere noen, ikke være for omstridt, men være noe de fleste kan enes om. Det gjør dem også "ufarlige".

Mange mennesker i dag har fjernsynet som sin viktigste og nærmest eneste informasjonskilde, hevder Bourdieu. "For en høy andel av befolkningen har TV en form for monopol på danningen av hjernene." (Bourdieu 1998:21). Dette er sterke ord fra den anerkjente samfunnsforskerens side.

Bourdieu mener fjernsynets sentrale oppgave er å informere, men denne oppgaven undergraves gjennom jakten på seertall og den trivialiseringen og forflatningen av stoffet dette fører meg seg. Fjernsynet har blitt en kanal for *fast-thinkers* som leverer kulturell

fast-food (Bourdieu 1998:39). Det dreier seg om kommunikasjon som egentlig er tomt for faktisk innhold.

Og når det gjelder mediemottakernes evne til å yte motstand mot et slikt meningsomt kulturelt ”søppel”, er Bourdieu nådeløs:

”En må virkelig ha en klokkeetro på folkets ”motstandsevne” (og den finnes unektelig, men den er begrenset) for å kunne anta, i tråd med en viss form for såkalt ”postmoderne kulturkritikk”, at TV-produsentenes kynisme (det dreier seg om en yrkesgruppe med arbeidsbetingelser som ligner stadig mer på de reklamefolk har), deres mål (som er jakten på et størst mulig publikum, og derfor på ”det lille ekstra” som ”vil selge godt”) og deres tenkemåte, kan finne sin grense eller sin motgift i tilskuernes aktive kynisme (som zapping er en illustrasjon på): Evnen til å gå inn i kritisk og reflektert overbudsvirksomhet i strategiske spill av typen ”jeg vet at du vet at jeg vet” sammen med evnen til å stille en ”lesning” på mange nivåer opp mot ”ironiske og metatekstuelle” budskap skapt av TV-produsenters og reklamefolks manipulatoriske kynisme, holdes da for å være allmenne. Men å tro noe slikt er å falle i en av de mest perverterte formene den skolastiske illusjonen¹⁴ kan ha, denne gangen i populistisk form.” (Bourdieu 1998:126-127).

Disse sterke uttalelsene som Bourdieu her målbærer plasserer ham i et ytterpunkt mht mediemottakerens frihet, mulighet og evne til å avkode budskap på en opposisjonell måte. Etter mitt syn plasserer Bourdieu seg her i samme ende av skalaen som Adorno & Horkheimer. Mottakerne er langt på vei priggitt den hegemoniske foretrukne meningen som ”kulturindustrien” produserer.

2.5.2 Dominant seer – fjernsynets semiotiske demokrati

Motsatt kan en altså i stedet betrakte media som en formidler av et kulturelt meningsmangfold som brukerne kan benytte som råmateriale til nytelse og nytte. Dette perspektivet underslår ikke i prinsippet at medieindustrien ofte formidler en hegemonisk fortelling om verden, men gjennom muligheten til å tolke en tekst på ulike måter (polysemi) skapes det både mening, forståelse og nytelser på tvers av hegemoniske innkodinger. Den hegemoniske kulturen som media formidler, blir ofte gjennomskuet og parodiert av de aktive fortolkerne, og møtet med og anvendelsen av medietekstene kan nærmest karakteriseres som et slags karneval. John Fiske blir ofte trukket fram som en

¹⁴ ”Den skolastiske illusjonen betegner de vrangforestillingerne mennesker med en lang utdanning bak seg ofte har om hvordan verden fungerer, for eks. om de tror at alle menneskelige handlinger springer ut av intellektuelle avgjørelser” (Bourdieu 1998:127).

forsker som er plassert på denne andre siden av skalaen mht forståelsen av hvor fritt mottakeren står i sin avkodning av mediebudskap (Alasuutari 1999:10).

Fiske hevder at det er den erfaringsbakgrunn som seeren allerede har fra før, som avgjør hvilken mening som skapes. "In this sense, the meanings of the program are an effect of their social behavior, rather than their social behavior being an effect of the program." (Fiske 1994: 196). Fiske snakker også om fjernsynets *semiotiske demokrati*, som henspiller på overføring av meningsproduksjon til seerne.

Mange forskere følte med dette perspektivet på seeren, at pendelen hadde svingt for langt, sier Alasuutari (1999). Det konstruktivistiske perspektivet innenfor "cultural studies"-tradisjonen var på mange måter en reaksjon bl.a. på Fiskes "ekstreme" posisjon. Den andre generasjonen av resepsjonsstudier som Fiske representerer et ytterpunkt på, innebar en bevegelse bort fra media og over mot fortolkende samfunn i hverdagen. Den tredje generasjonen bringer "media" tilbake i en mer sentral rolle ved å forstå media og mediebudskap i en bredere forstand enn bare som kodet tekst som så blir avkodet av et fortolkende fellesskap (Schröder 1999). Metodisk kan forskningen godt inneholde spørsmål om bestemte programmers ulike meninger for ulike grupper av folk, men den må også inneholde spørsmål om de rammer som vi forstår media og medieinnhold innenfor som virkelighet og som representasjon - eller fordreining - av virkeligheten (Alasuutari 1999:7).

2.6 "Media er budskapet" – grenser hviskes ut

Før vi kan si oss ferdig med gjennomgangen av ulike perspektiver på media, må vi se litt nærmere på en tanke som går i en noe annen retning med sikte på å forstå konsekvensene av media på individ, samfunn og kultur. Det kan være at det ikke er budskapene som er det viktigste og mest interessante å fokusere på mht media. Kanskje er det "media" selv?

"The situational analysis offered here describes how electronic media affect social behaviour – not through the power of their messages but by reorganizing the social settings in which people interact and by weakening the once strong relationship between physical place and social "place" (Meyrowitz 1985:ix).

I boka "No sence of place" (1985) legger Meyrowitz fram et perspektiv på studiet av medias betydning og sosial endring, som inspirert av McLuhans (1997) tese om at "Media is the message", fokuserer på betydningen av media "i seg selv". Eller som vi kanskje kan

si – media som *materiellstruktur*. Det er ikke de enkelte mediebudskapene som er medias viktigste sosiale betydning, men i stedet de endringer i tilgjengelighet til informasjon om andre sosiale grupper, som media – og særlig fjernsynsmediet – tilveiebringer. Meyrowitz gjør en interessant kobling mellom Goffmans dramaturgiske modell og forståelse av menneskers iscenesatte situasjonsbetingede interaksjon og McLuhans syn på kommunikasjonsmedienes betydning for endring. Goffman gir ifølge Meyrowitz en meget presis beskrivelse av hvordan sosialt liv er et slags mangefasettert iscenesatt drama, der vi spiller ulike roller på ulike sosiale arenaer, bestemt av type situasjon, vår særlige rolle i denne situasjonen, og bestemt av hvem som utgjør publikum for vår framreden (Meyrowitz 1985:2). Men Goffmans modell kan ikke gjøre rede for endringer i de sosiale rollene, ifølge Meyrowitz. Dette var endringer som Meyrowitz bl.a. så rundt seg i sin oppvekst i USA på 60-tallet. Særlig de store forandringene som kuliminerte med ungdomsopprøret mot slutten av 60-tallet ønsket Meyrowitz å finne en forklaring på. McLuhan ga en mulig forklaring på endringene: de måtte skyldes endringer i kommunikasjonsmediene, og nærmere bestemt framveksten av elektroniske medier.

Ved å finne en kobling mellom Goffmans forståelse av ansikt-til-ansikt-interaksjon og McLuhans fokus på effekten av media, vil Meyrowitz forklare endringer i atferds- og verdimønstre på seksti og syttitallet (Rasmussen 2003). Han finner koblingen i hvordan media – særlig fjernsynet – har endret hvordan sosiale situasjoner struktureres. Det er intet mindre enn Goffmans *situasjonsdefinisjon* som endres gjennom medias funksjon. Nye medier, som fjernsynet, forrykker scenen som sosialt liv spilles ut på.

I suggest that the mechanism through which electronic media affect social behavior is not a mystical sensory balance, but a very discernible rearrangement of the social stages on which we play our roles and a resulting change in our sense of "appropriate behaviour." For when audiences change, so do the social performances (Meyrowitz 1985:4).

Før de elektroniske mediene inntog var tilgangen på informasjon om andre mennesker og grupper langt på vei avhengig av en fysisk tilstedeværelse og kontakt ansikt til ansikt med disse andre menneskene. Dette har de elektroniske mediene endret på. Mens Goffman ser sosiale roller som knyttet til stedet de spilles på, mener Meyrowitz at elektroniske medier har underminert den tradisjonelle forbindelsen mellom fysisk setting og sosial situasjon ved å føre ulike mennesker til det samme "stedet".

Meyrowitz mener at for mye medieforskning har vært rettet mot å forstå avgrensede responser på medieinnhold fordi forskerne har oversett de delene av hverdagens sosiale liv

som i stor grad blir påvirket og endret når nye medier endrer ”hvem vet hva om hvem” (Meyrowitz 1985:9).

Meyrowitz trekker fram hvordan disse endringene i tilgang til informasjon virker inn på flere områder. Informasjonen som ulike *grupper* har om hverandre blir mer lik. Det gjelder f.eks. den informasjonen som fattige og rike har om hverandre, informasjonen som kvinner og menn har om hverandre, som barn og voksne har om hverandre osv. Som en konsekvens svekkes tradisjonelle gruppebånd og skiller mellom grupper blir delvis tåkelagt. Det skjer særlig gjennom fjernsynsmediets evne til å avsløre gruppers ”backstage”-atferd og derigjennom undergrave gruppens rollespill.

Media påvirker og omskaper også sosialisering, ved å endre den tradisjonelle sammenhengen mellom fysisk sted og tilgang til sosial informasjon (Meyrowitz 1985:61). Sosialiseringen endres når barn ser programmer på fjernsyn som avslører de fleste sider ved den voksentilværelsen som de skal sosialiseres inn i. Til og med informasjon om hvordan voksne iscenesetter denne oppdragerrollen avsløres gjennom fjernsynsmediet. Dette gjør noe med både den voksne oppdragerens rollespill i samhandlingen med barnet, og det svekker mystikken rundt voksentilværelsen i barnets øyne. Resultatet er etter Meyrowitz mening at grensene mellom generasjonene viskes ut.

Også autoritet uthules med fjernsynet, mener Meyrowitz. Autoritet baserer seg på kontroll over informasjon, og all informasjonsteknologi som avslører informasjonen som den med høy status innehar er derfor pr definisjon revolusjonær i sitt vesen. Også her er en synliggjøring av backstage undergravende for autoriteten. Et eksempel kan være hovedoppslaget i VGs nettutgave 7. april 2007 med overskriften: ”Her går Kongen på snørre”. Opptrinnet skjedde da Kongen deltok på det tradisjonelle påskeskirennet i Sikkilsdalen påskeaften. Oppslaget er endog illustrert med en bildeserie hvor hele opptrinnet kan bivånes. Et slikt oppslag må klart kunne sies å være undergravende for autoriteten, hvis det nå er noen autoritet igjen for vår monark å tape.

På tross av sin noe dystre tittel ”No sense of place” har Meryowitz langt fra noe negativt syn på de endringene som media har ført meg seg. Tvert imot ser Meyrowitz dette som frigjørende mekanismer for mennesket:

Television has helped change the deferential Negro into the proud Black, merged the Miss and Mrs., into a Ms., transformed the child into a "human being" with natural rights. Television has fostered the rise of hundreds of "minorities" – people, who in perceiving a wider world, begin to see themselves as unfairly isolated in some pocket of it. Television has empowered the disabled and the disenfranchised by giving them access to social information in spite of their physical isolation. Television has given women an outside view of their incarceration in the home. Television has weakened visible authorities by destroying the distance and mystery that once enhanced their aura and prestige. And television has been able to do this without requiring the disabled to leave their wheelchairs, without asking the housewife to stop cooking dinner, and without demanding that the average citizen leave his or her easy chair (Meyrowitz 1985:309).

Vi ser at Meyrowitz har meget høye tanker om den rollen eller funksjonen som nye medier spiller i samfunnsstrukturen. Media blir selve verktøyet som på sikt vil undergrave sosiale forskjeller, jevne ut ulikheter mellom kjønnene, mellom generasjonene, mellom fattig og rik, og mellom de med og uten makt.

2.7 Oppsummering av teorigjennomgangen

Jeg har i dette kapittelet startet ut med å se på noen sentrale tanker rundt modernitet og hva som kjennetegner en oppvekst i et senmoderne samfunn. Vi så at den eksplosjonsartede økningen av informasjon som omgir oss er en sentral premiss for å forstå både voksne og barns livsverden i det moderne. Som Ziehe sier, er dette en viten som den enkelte ikke kan unnsnippe, men er nødt til å forholde seg til i sin orientering og handling i verden (Ziehe 1989a). Problemet, eller kanskje rettere utfordringen, slik Ziehe ser det, er at denne informasjonen i høy grad er mediert og møter oss som sekundære erfaringer som ofte ligger forut for våre egne primære erfaringer. Dessuten er dette informasjon som er tilgjengelig for "alle", og den skiller i liten grad mellom voksne og barn. Siden barn, gjennom sin kortere livserfaring enn voksne, rent faktisk ikke har opparbeidet seg så mye kunnskap, vil informasjonen i større grad for dem ligge i forkant av egne primære erfaringer. På den måten vil all informasjonen om ulike muligheter og alternative måter den unge kan leve sitt liv på avstedkomme en forestilling om at "alt lar seg forme" og i neste omgang et krav om å utforme seg selv og sitt liv på en optimal måte. Denne forestillingen om formbarhet av sitt livsprosjekt finnes både i den unges omgivelser – familie og venner – men viktigere er det at den også i høy grad er internalisert i den unge

selv. Og kunnskapen om alt som er mulig gjør at kravene ofte blir høye. Ziehe ser dette som et utpreget ambivalent trekk ved moderne livsførsel.

Det er åpenbart positivt at den unge har flere muligheter til å utforme sitt liv i tråd med sine forutsetninger og interesser. Tidligere samfunns nærmest absolutte beskrankninger for livsutfoldelse i form av sosial tilhørighet og klassebakgrunn, var nok for mange en tung bør å bære (jf. Arne Garborgs diktning). På den andre siden kan det nok også fortone seg som en tung bør å innfri alle egne og andres forventninger om hva og hvem en skal bli. Å utforme sitt eget livsprosjekt i vissheten om alle de alternative ”skisser” for det samme som presenteres for en. Disse presentasjonene er det i stor grad massemediene som står for i senmoderne samfunn.

Etter mitt skjønn må en slik forståelse for dette ambivalente trekket ved sosialisering i et senmoderne samfunn, ligge som en sentral premiss for å gripe medias betydning for barn og unge.

Neil Postman og Joshua Meyrowitz kan vi si er to teoretikere som har falt ned på hver sin side i forståelsen av ambivalensen mht *ffernsynsmediets* bidrag til ”den eksplosjonsartede økningen av viten” i det senmoderne samfunnet. Postman mener at all informasjonen som barn får tilgang til om de voksnes verden vil frarøve de voksne alle deres hemmeligheter, og barndommen slik vi tradisjonelt har forstått den vil dermed utraderes. Meyrowitz er langt på vei enig i at skillene mellom voksne og barn brytes ned, men han ser det som et frigjørende trekk der generasjonsgrenser brytes ned og barn kan erverve seg nye rettigheter og økt egenverd.

Hvem som har mest rett skal jeg ikke ta stilling til her, men innsiktene om barndom og sosialisering i det senmoderne ”mediesamfunnet” som ligger bak problemstillingen, er sentral for å vurdere brukeligheten til de ulike forskningsparadigmene som vi her har satt under lupen. For slik jeg ser det må forskningen på media kunne gripe det kompliserte forholdet hvorved media er innskrevet i menneskers livsverden. Media må betraktes og forstås som en helt sentral komponent i folks ”virkelighetsvev”. Mediebudskap av ulike slag omgir oss på alle hold og på alle arenaer der folk ferdes, og da kan ikke media lenger forstås som noe som står utenfor individet og påvirker dets tilværelse. Media må forstås som *del* av denne tilværelsen. En viktig del – ja, en helt sentral del av det moderne menneskets livsverden utgjøres i dag av medier og mediebudskap, slik jeg ser det. Da kan vi ikke lenger forstå media som noe annet enn folks *dagligliv*. Her er det ikke noe skille på om en forsker på medias betydning for voksne eller barn. Det er snarere et selvstendig poeng at en ikke kan avgrense en bestemt gruppe (barn) eller ett bestemt publikum som

”objekt” for forskningen. Snarere må en betrakte hele det sosiale fellesskap som barn inngår i under ett når deres forhold til media skal forstås.

Dermed har jeg også tonet flagg mht hvor jeg selv ønsker å plassere meg i forhold til de presenterte forskningsperspektivene. Slik jeg vurderer det, må disse paradigmene betraktes som historisk situerte diskurser som tar opp i seg nye innsikter og tanker, og utvikler seg i retning av et stadig mer helhetlig og mer dekkende perspektiv i forhold til sitt forskningsfelt.

At en bør ha et slikt helhetlig perspektiv på medieforskningen er vel heller ikke særlig oppsiktsvekkende i dag. Det er vel knapt noen medieforskere som lenger slutter seg til en enkel funksjonalistisk kommunikasjonsmodell der fjernsynsbudskapene ses på som stimulus som mottakerne reagerer på på visse måter. I dag vil vel de fleste forskere mene at en må forstå fjernsynsbudskapene i den brede kontekst de inngår i, og i sammenheng med øvrige diskurser som fjernsynstekstene og brukerne er del av. Men jeg er mer usikker på om det betyr at en også slutter seg til det jeg her har kalt det ”konstruktivistiske” perspektivet. For her ligger det også noen føringer mht metoden en bør benytte når en skal forske på media. Det tas til orde for bredt anlagte studier der hele dagliglivet gjøres til objekt for forskningen. Det er ikke tilstrekkelig å fokusere på ett program eller ett bestemt publikum, men hele kulturen som media inngår i må trekkes inn. For meg fortøner dette seg som en krevende metodikk som setter krav til både omfang og økonomi for studien. Ikke alle vil kunne makte å innfri et slikt bredt metodisk fokus.

2.8 Analysemodell

En kan som nevnt betrakte de ulike forskningstradisjonene som jeg har presentert ovenfor som forskjellige diskurser om hvordan media skal forstås generelt, og hvordan mediemottakeren eller brukeren blir ”påvirket” av mediebudskapene. Jeg setter påvirket i anførselstegn her, fordi begrepet lett konnoterer et fokus på *effekten* av mediebudskapene som det nettopp er et poeng for flere av de senere retningene, og for meg, å ta avstand fra. Jeg vil nå se på hvordan vi kan etablere et analytisk rammeverk basert på disse toneangivende tradisjonene eller diskursene som vi kan benytte i den videre analysen av oppgavene.

I denne oppgaven er det som nevnt medias innflytelse eller innvirkning som er den bakenforliggende interessen. Det dreier seg om å søke en forståelse av hvordan påvirkningen foregår, eller hvilke mekanismer som er virksomme i medieringsprosessen,

og hvordan dette har vært forstått og håndtert i hovedoppgaver på området. Men jeg har også en ambisjon om å bestemme hvordan hovedfagskandidatene plasserer seg når det gjelder graden av påvirkning. Dvs. om de anser at media har stor eller liten innvirkning på barn og unge. For flere av oppgavene er dette forholdet imidlertid ikke berørt og følgelig heller ikke mulig å bestemme.

Oppgavenes ytre karakteristika

I den videre analysen vil jeg bevege meg på to nivåer mht egenskaper ved hovedoppgavene. Det første nivået utgjøres av det vi kan kalle oppgavenes *ytre karakteristika*. De viktigste variablene er; *fag* og *universitet*, *innleveringsår*, valg av *metode* og *empiri*, *problemstilling* og viktigste funn eller *svar på problemstilling(ene)*. Disse variablene er dels objektivt gitt, som i tilfellet innleveringsår og lærested, men også for de øvrige variablene er dette forholdsvis eksplisitt uttrykt i teksten. Jeg sier forholdsvis, for allerede her kommer vi i berøring med det fortolkende, eller *hermeneutiske*, aspektet ved denne analysen. Særlig for variablene *svar på problemstilling* og *viktigste funn* er min fremstilling uttrykk for min fortolkning av teksten, i semiotisk betydning av ordet. Jeg vil nødvendigvis, også av plasshensyn, måtte gjøre både et utsnitt av den foreliggende teksten, basert på min vurdering av viktighet, og i en viss forstand også en fortolkning av tekstutsnittet basert på den helhet og kontekst det foreligger innenfor. Nå er det slik at oppgavene varierer seg imellom mht hvor eksplisitt også disse ”ytre” egenskapene ved oppgavene er uttrykt. Mitt utsnitt og fortolkning vil derfor stå i større fare for å være avvikende fra forfatterens intenderte, der svaret på ”mine” variable er vagere uttrykt, enn der dette er svært tydelig formulert.

Operasjonalisering av forskningsperspektiv

Det andre nivået jeg vil analysere oppgavene ut fra vil innebære en operasjonalisering av deres plassering når det gjelder forståelse og framstilling av sentrale sider ved medieforskningen generelt og spørsmålet om fjernsynsmediets forhold til seeren spesielt. Til sammen vil jeg forstå dette som deres forskningsperspektiv. Her må jeg skyte inn at også flere av de ytre karakteristika som jeg beskrev ovenfor vil utgjøre input til disse operasjonaliseringene av oppgavenes ståsted. Variablene *metode*, *problemstilling* og *svar på problemstilling* vil alle være sentral informasjon å trekke veksler på når et slikt forskningsperspektiv skal bestemmes.

På grunnlag av den tidligere gjennomgangen av de ulike medieteoriene, mener jeg å kunne identifisere seks dimensjoner som er avgjørende for å bestemme et slikt perspektiv.

Jeg har formulert dem som: *medieforskningens formål*, *metodevalg*, *syn på media*, *syn på tilskuer*, *sosiale konsekvenser* av media og *individuelle konsekvenser* av media. Jeg tenker meg dette som spørsmål som, når de besvares, vil konstituere et gitt perspektiv eller paradigme.

Variablene forstås på følgende måte:

- Med medieforskningens *formål* tenker jeg på om det formuleres et mål eller hensikt med forskningen.
- Med *metode* tenker jeg på studiens ”datagrunnlag” eller materiale (survey, innholdsanalyse osv.).
- Med *syn på media* mener jeg hvordan mediebudskapene forstås (stimulus, tekst osv.).
- Med *syn på seer* tenker jeg på om mottakeren ses som aktiv eller passiv i sitt mottak, eller andre beskrivelser som utdyper ”mottakssituasjonen”.
- Med *sosiale konsekvenser* mener jeg de mer makrospesifikke virkningene av medias virksomhet.
- Med *individuelle konsekvenser* er det virkninger på mikroplan jeg har i tankene.

De seks forskningsperspektivene

Benyttet på teoriene vi har gjennomgått i kapittel 2, har jeg identifisert seks perspektiver innenfor studiet av media som besvarer spørsmålene så forskjellig at det er fruktbart å gruppere dem som selvstendige forskningsperspektiver. Jeg har betegnet disse som: *effektforskningen*, *”uses and gratification”*, *dominant tekst* og *dominant seer*, *konstruktivistisk perspektiv*, og perspektivet *”media er budskapet”*.

På grunnlag av de seks operasjonaliseringene av sentrale dimensjoner ved medieforskningen og de forskningstradisjoner som konstitueres gjennom plasseringen langs disse dimensjonene, har jeg satt opp en modell som illustrerer forhold. Figur 2.2 viser denne analysemodellen. Her har jeg også forsøkt å gi eksempler på forskere innenfor de seks forskningstradisjonene.

Figur 2.2 Analysemodell. Perspektiver og dimensjoner

	BEHAVIORISTISK		INNLEMMING/ MOTSTAND		HOLISTISKE PERSPEKTIV	"EKSPONERINGS- PERSPEKTIVET"
	Effekt- forskningen	Uses and gratification	Dominant tekst	Dominant seer	Konstruktiv- istisk	"Media er budskapet" (Meyrowitz)
Mediafors- knings formål	Avdekke funksjoner og dysfunksjoner av fjernsynsbudskap	Forstå mottakernes bruk og nytte av mediebudskap	Avsløre hegemoniske strukturer og ideologisk innlemmelse	Redegjøre for mottakernes lesning og foming av budskapet gjennom sin avkoding	Forstå medias innskrivning i dagliglivet, kulturelle plass	Avdekke medias endringsmekanismer mht strukturering av interaksjon og personlig iscenesetting
Metode	Innholdsanalyse av budskap + survey av mottakerne	Bruksstudier av mottakernes tilfredsstillelse av behov	Resepsjonsstudier	Resepsjonsstudier, dybdeintervjuer, etnografisk metode	Studier av folks dagligliv der media er en komponent	Meyrowitz teoretisk, men ellers: "media is the message", helhetlig
Syn på media	Stimulus	Stimulus (budskap)	Tekst	Tekst	Mediascape(s)	Endrer tilgjengelighetsmønster, frigjørende
Syn på tilskuer/ mottaker	Passiv, infiseres av mediebudskap	Individer / (i sosial kontekst)	Aktiv, men sosialt strukturert (f.eks. klasse, kjønn)	Aktiv menings-søkende aktør	Sosialt konstruert og rekonstruert	Sosialt situert rollespiller
Sosiale konse- kvenser	Effekter, funksjoner/ dysfunksjoner, propaganda	Innflytelse, bruk	Ideologisk innlemmelse	Motstand	Endringer i hverdagslivet	Grenser mellom handlingskontekster brytes ned
Individu- elle konse- kvenser	Effekter, "blir hva man ser"	Danning av identitet og stil	Manipulasjon	Råmateriale til nytelse og utforming av identitet	Identitetsdanning og -omdanning	TV frembringer frigjørende informasjon
Eksempler på forsknings- bidrag	Gerbners kultivasjonsteori/ Adorno & Horkheimer	"Effekt"-litteraturen, uses and gratification	Bourdieu's mediekritikk, (Postman) (?)	Fiske Morley	Silverstone Abercrombie & Longhurst	Meyrowitz (Postman)

Beskrivelse og bruk av analysemodellen

Modellen er inspirert av Abercrombie & Longhursts (1998:37) oppdeling i tre forskningsparadigmer innenfor medieforskningen, men jeg har utvidet modellen både i forhold til retninger og operasjonelle dimensjoner slik at feltet spennes bredere ut. På den måten får jeg bedre illustrert ulike syn rundt påvirkningsspørsmålet.

La meg først klargjøre forholdet mellom Abercrombie og Longhursts (1998) opprinnelige modell og min utvidede versjon. Abercrombie og Longhurst deler opp medieforskningen i følgende paradigmer: *Behavioristisk paradigme*, som for dem utgjøres av *effektforskningen* og "uses and gratification". Begge anses å ha et behavioristisk utgangspunkt først og fremst gjennom sitt positivistiske fokus på mediebudskap som forårsaker endringer i atferden hos mottakerne som følge av en mediestimulus. Det neste paradigmet kaller de *Incorporation/Resistance (Innlemming/Motstand)*. Paradigmet

utgjøres av de to retningene innenfor resepsjonsstudiene som jeg har betegnet *dominant seer* og *dominant tekst*. Deres tredje paradigme: *Spectacle/Performance (Holistisks paradigme)*,¹⁵ er i det vesentlige identisk med det jeg tidligere har betegnet *konstruktivistisk* perspektiv, eller den tredje retningen innenfor resepsjonsstudiene ("cultural studies").¹⁶

I tillegg til Abercrombie & Longhursts tre paradigmer, har jeg satt inn et fjerde paradigme i modellen. Det er perspektivet til Meyrowitz. Etter mitt syn er hans perspektiv så spesielt at det er vanskelig å plassere ham innenfor noen av de andre paradigmene eller retningene. På det samme overordnede planet som Abercrombie & Longhurst opererer har jeg betegnet dette som *eksponeringsperspektivet*. Slik jeg ser det er hovedpoenget for Meyrowitz at media bryter ned de stedsbundne grensene mellom grupper og generasjoner. Særlig fjernsynet tilveiebringer informasjon om ulike grupper som eksponeres for "de andre" og innbyrdes i gruppen, og uheldige skiller, etter Meyrowitz' mening, viskes ut som en konsekvens av dette.

Det er viktig å understreke at inndelingen og modellen for øvrig nødvendigvis ikke er dekkende for forskningen rundt media generelt, men for mitt formål mener jeg at den vil være nyttig og tilstrekkelig.

Jeg vil også påpeke at de ulike perspektivene som framkommer i modellen er ment å betegne tyngdepunkt innenfor de forskjellige retningene. Når vi studerer et enkelt bidrag innenfor en forskningstradisjon vil ikke verdiene som da fremkommer alltid være helt i tråd med begrepene i modellen. Modellen er kun tenkt som et verktøy, eller hjelp for tanken, til å skape oversikt i et litt uoversiktlig landskap.

På samme måte er det når jeg skal benytte modellen i analysen av hovedoppgavene. Få av oppgavene, om noen, vil plassere seg motstandsløst innenfor denne stilistiske framstillingen mht forståelse. Det er for øvrig et selvstendig poeng for meg å undersøke om noen av kandidatene plukker perspektiver fra ulike retninger, eller om de i større grad forholder seg konformt til én etablert forskningstradisjon eller ett paradigme.

De seks perspektivene som jeg her har satt opp er dessuten ikke alltid gjensidig utelukkende. Det er fullt mulig å ha "tilhørighet" til flere av retningene samtidig. F.eks. vil

¹⁵ *Innlemming/Motstands*-paradigme og *Holistisk* paradigme er mine betegnelser på Abercrombie og Longhursts paradigmer, slik de fremstår i modellen.

¹⁶ Det er ikke rom for å redegjøre nærmere for Abercrombie & Longhursts drøfting av de ulike paradigmene her.

en teoretiker som Neil Postman, som ikke har noen klar tilhøring i noen av perspektivene, slik jeg ser det, kunne plasseres både innenfor *dominant tekst* med sitt fokus på seerens sårbarhet, innenfor ”*media er budskapet*” med sitt syn på medias grensenedbrytende funksjon, og kanskje også innenfor *effektparadigmet* med sitt noe funksjonalistiske utgangspunkt, slik jeg forstår ham. Det samme forholdet vil som vi skal se gjøre seg gjeldende når vi vender blikket over mot hovedoppgavene.

3 Metode og utvalg

3.1 Metodiske betraktninger

En sentral utfordring for meg i analysen av de 16 hovedoppgavene er det faktum at disse bidragene i seg selv har et annet fokus enn hva jeg har. Jeg forsøker å trekke ut oppgavenes avklaringer og innsikter om TV og medias påvirkning på ungdom, mens disse oppgavene har sine egne ulike problemstillinger. Jeg har et *metaperspektiv* i forhold til dem. Det innebærer at jeg ofte har måttet lese ”bak” den foreliggende teksten for å få svar på mine spørsmål. For enkelte spørsmål og tekster har det vært passasjer som har svart mer eller mindre direkte på mine spørsmål, og da har jeg selvsagt referert disse i min drøfting. Men i mange tilfelle har det *ikke* vært mulig å få et direkte gjensvar i tekstene på mine spørsmål. Da har det vært nødvendig for meg å forsøke å trekke ut en slags essens fra oppgavene som etter mitt skjønn adresserer mine spørsmål. Men jeg understreker at dette er min fortolkning, og at jeg ikke har samme ”ryggdekning” for min konklusjon i slike tilfelle, som når jeg har direkte formuleringer som jeg kan referere. I de fleste tilfeller føler jeg meg relativt trygg på at min fortolkning er noenlunde presis, eller i alle fall ikke direkte feilaktig. Men noen ganger er oppgavene så lite fokusert på, eller tydelige på akkurat det spørsmålet jeg ønsker å få besvart, at jeg er mer i tvil om min fortolkning er riktig. Jeg forsøker etter beste evne å være åpen på denne usikkerheten der den manifesterer seg.

Et annet beslektet forhold når det gjelder min anvendelse av oppgavene, er hvilke spørsmål de benyttes til å belyse. Det vil nesten aldri være slik at alle 16 oppgavene, slik jeg vurderer det, gir verdifull innsikt i et spørsmål. Men det vil ikke være mulig for meg av plasshensyn å begrunne hvorfor den enkelte oppgave *ikke* er benyttet i forhold til et bestemt spørsmål. Det ville helt enkelt sprengt alle rammer for dette arbeidet.

Jeg vil, som tidligere nevnt, forsøke å plassere disse 16 oppgavene innenfor noen etablerte forskningstradisjoner på feltet. Når det gjelder det jeg under presentasjonen av analysemodellen har kalt oppgavenes *ytre karakteristika*, vil jeg særlig kommentere egenskapene *fag og universitet* i kombinasjon med *leveringsår*. Det er for det første noen av oppgavene som ikke er levert ved UiO, men det er så få (3 stk) at jeg ikke her vil legge særlig vekt på den dimensjonen. For det andre er oppgave levert innenfor et tidsspenn på 12 år (se tabell 1.1). Det vil derfor også være av interesse å undersøke hvordan de rådende

forskningstradisjoner eller paradigmer om man vil, ”tas opp” og anvendes på hovedfagsnivå innenfor de ulike fagene – og videre hvordan dette kommer til uttrykk hos kandidatene. Det vil selvfølgelig være individuelle forskjeller i kandidatenes evne til å ”ta opp” og gjøre bruk av et rådende forskningsparadigme. Jeg kan ikke uten videre konkludere med at disse oppgavene reflekterer den rådende forståelseshorisont på det enkelte institutt på det angjeldende tidspunkt, men jeg mener allikevel at de vil kunne gi et visst bilde av en slik forståelseshorisont gjennom den korrektur og sensur som vil utøves av veileder(e), medstudenter og lærere. Det er nærliggende å tenke seg at studenter, og kanskje i *særlig* grad studenter, vil vegre seg for å bryte med en hegemonisk eller paradigmatiske forståelse ved et institutt, for å si det på den måten. Men jeg har ikke foretatt noen studie av forholdene på de enkelte lærestedene.

Når jeg plasserer meg i en kritisk vurderende posisjon i forhold til disse oppgavene, er det nødvendig å klargjøre at mitt eget ståsted og forståelse av dette forskningsfeltet også er inspirert av den indre dialogen som gjennomgangen av disse oppgavene har avstedkommet. Dette er en dialog som har foregått med et bakteppe av sentrale forskningsbidrag på feltet som jeg fra før hadde kjennskap til. Denne oppgaven er et forsøk på å gjengi utvikling og innsikter som denne dialogen har gitt meg.

Ved gjennomgang av de 16 oppgavene har jeg videre også fått et bredt inntak til både forskning og teorier på feltet som *oppgavene* har presentert, og til en type anvendelse av disse teoriene. Det er mye god ”kontekstualisering” av sentrale innsikter innenfor feltet i disse oppgavene, og dette har utviklet min egen forståelse av medieforskningen generelt og fjernsynsmediet i relasjon til barn og unge spesielt.

3.2 (Ut)valg av oppgaver

For å finne fram til oppgavene som jeg ønsket å ha med i studien, var det først nødvendig å kartlegge universet av oppgaver som kunne være relevante. Konstruksjonen av dette universet og den videre avgrensningen av mitt materiale gikk gjennom flere trinn.

Først foretok jeg søk gjennom *bibsys*¹⁷ for å kartlegge hele universet av oppgaver som kunne tenkes å omhandle barn og unge i sammenheng med media i en eller annen form. Søket ble foretatt på hovedoppgaver med ulike dewey-nummer (emne-nummer) som

¹⁷ Nettbasert nasjonalt biblioteksystem for norske fag- og forskningsbibliotek.

det var mest sannsynlig ville kunne gi treff. Selv om jeg var på jakt etter oppgaver som omhandlet barn og unge i sammenheng med fjernsynsmediet, søkte jeg også på andre deweynummer som jeg kunne anta kunne inneholde relevante oppgaver, dvs at jeg også foretok søk på en rekke andre emner som: media, fjernsyn, sosialisering, identitet, barn, ungdom, oppvekst. På bakgrunn av søketreff på disse emnene plukket jeg ut oppgaver som jeg ønsket å se nærmere på. En komplett liste over resultatet av disse første søkeresultatene finnes i vedlegg. Jeg mener at denne lista skal være tilnærmet komplett med hensyn til hovedoppgaver innenfor disse emnene levert i Norge. I tilfelle noen avlagte hovedoppgaver ikke er med i denne oversikten, må det skyldes mangelfull katalogisering på deweynummer i bibsys. Det kan selvsagt ikke utelukkes.

Mitt primære interessefelt var fjernsynsmediets rolle i forhold til barn og unge, og det neste jeg derfor gjorde var å plukke ut oppgaver med et slikt fokus. Jeg tok imidlertid med én oppgave som omhandlet internett, Marianne Skogerbøs ”*interaktiv identitet*” (1998), fordi jeg i denne tittelen så en kobling mellom media og danning av identitet som jeg fant særlig interessant for mitt fokus.

Videre begrenset jeg oppgavene mht tidsdimensjonen. Jeg valgte ut tidsintervallet 1985 til 1998. Dette ble gjort av to grunner. For det første var det kun innenfor sosiologi jeg fant oppgaver med ”mitt” tema lenger tilbake enn 1985, mens jeg også ønsket å undersøke hvordan forholdet fjernsynsmedium – barn/ungdom var forstått på tvers av fag. For det andre var det også av mindre interesse for meg hvordan dette forholdet ble fremstilt for mer enn 15 år siden. Jeg var mest interessert i ”nyere” forståelser innenfor feltet.

For å avgrense omfanget av studien var det også nødvendig å begrense antallet hovedoppgaver noe mer. Innenfor sosiologi har jeg tatt med alle relevante oppgaver i perioden. Det samme var også mulig innenfor sosialantropologi pga det begrensede antallet oppgaver i faget. Innenfor de ulike pedagogiske fagene og innenfor mediekommunikasjon har jeg foretatt et utvalg av oppgaver basert på hvor relevante jeg anså dem for å være. Det var særlig mange av de pedagogiske oppgavene som hadde et fokus som virket spesielt interessant for min studie, så her tok jeg med til sammen åtte oppgaver. Innenfor mediekommunikasjon nøyde jeg meg med to oppgaver som jeg fant særlig illustrerende for mitt fokus på fjernsynets påvirkningsmulighet overfor barn og unge.

Hvis det hadde vært denne studiens ambisjon å tegne et fullstendig historisk korrekt bilde av hvordan forholdet mellom media og barn/unge har vært behandlet og forstått/håndtert mht hovedfagsoppgaver i den angitte tidsperioden, ville det kanskje ha vært viktigere å ha tilgang til alle leverte oppgaver i det tidsspennet. Men mitt fokus er et noe

annet enn å tegne et slikt presist historisk bilde. Rett nok synes jeg det er spennende å se hvordan denne forståelsen har endret seg over tid, og jeg viser noen hovedtrekk som jeg synes det er verd å trekke fram. Men disse oppgavene benyttes i dette arbeidet mer som ”råmateriale” for å belyse og drøfte mitt overordnede spørsmål: Hvordan virker TV inn på unges liv i dag – og har det vært en utvikling i forskningsperspektiv på dette tema som også avtegnes i hovedoppgaver som omhandler tema?

Det er også nødvendig å knytte noen kommentarer til avgrensningen av oppgaver levert opp til 1998. Dette hovedfagsprosjektet ble også startet opp i 1998, og hadde på den tid naturlig nok ikke tilgang til oppgaver levert senere år. Jeg vurderte å ta inn nyere oppgaver i studien når jeg tok opp igjen analysen for ferdigstilling i år. Jeg tittet gjennom hva som var skrevet om dette tema på hovedfag i perioden fra 1998 til 2006, og kom til at disse oppgavene ville tilføre mitt materiale lite nytt. Alle retninger som jeg har presentert i min analysemodell er representert i mitt materiale fra 1986 til 1998, og de mest sentrale bevegelsene mht forskningsperspektiv er slik jeg ser det belyst. Nye oppgaver ville mht retninger i stor grad innebære ”mer av det samme”. Jeg vurderte det derfor som uhensiktsmessig å øke tidsspennet for min analyse. Dessuten var også materialet fra før omfattende, og et tilfang av nye oppgaver ville nødvendigvis redusere muligheten til å gå i dybden på den enkelte oppgave. På den annen side ville det vært et selvstendig poeng å se på utviklingen helt fram til i dag, for på den måten å få et innblikk i hvor ”forskningen” på hovedfag/masternivå innenfor dette emnet står i dag.

Konklusjonen er at denne studien må betraktes som et forsøk på en dokumentasjon av behandlingen av tema ungdom og medier – særlig fjernsynsmediet på hovedfagsnivå, innenfor en gitt historisk epoke, men med de forbehold som er angitt ovenfor mht ambisjon om å tegne et helt korrekt historisk bilde.

Margaret Mead og problemet med å finne akkurat det en leter etter

Jeg vil ikke bare benytte disse oppgavene i tråd med deres egne konklusjoner og belysning av problemstillingen jeg har stilt, men også der det er mulig forsøke å ”re-lese” empirien som blir analysert. Jeg ønsker å trekke mine egne konklusjoner på bakgrunn av min fortolkning av funnene. Av og til hender det nemlig at det er mulig å trekke andre, og etter mitt syn, vel så gode konklusjoner på grunnlag av den foreliggende empirien, enn de kandidatene selv har trukket. Denne ”kritiske” lesningen vil basere seg på en forståelse av sammenhengen mellom den eksisterende og hegemoniske forståelsen, eller paradigmet

som råder i et forskningsmiljø, og de metoder og konklusjoner en trekker på bakgrunn av de funn en har gjort.

Det er etter mitt syn interessant i seg selv at det ”fremdeles” finnes dokumentasjon/potensial igjen i den framlagte empirien til en slik alternativ fortolkning. Jeg skal på ingen måte beskyldte kandidatene for uærlighet mht dokumentasjonen av sine funn, men denne *forskningseffekten* er et kjent problem innenfor akademien. Forskere kan ofte ha en tilbøyelighet til å ”se” bedre de funn som er i tråd med de hypotesene hun eller han har på forhånd, enn funn som divergerer med dem.

Et kjent eksempel på at brillene en ser verden med påvirker både hva en ser og hvordan en rapporterer og konkludere på bakgrunn av funnene en gjør, er Derek Freemans oppgjør med Margareth Meads studier av befolkningen på øya Tau på Samoa (Freeman 1983). Freeman tar tak i den svært berømte boka til Margareth Mead fra 1926: ”Coming of Age in Samoa” (Mead 1961). Boka er en av hjørnesteinene innenfor den antropologiske forskningslitteraturen og er basert på Meads første etnografiske studier som ung forsker. En hovedkonklusjon fra hennes studier av de unge kvinnelige øyboernes seksuelle utvikling, var at *kultur* og ikke *biologi*, var den viktigste forklaringsvariabelen for deres seksuelle atferd og utvikling (Freeman 1999). Uten å gå i detalj om Meads studie her, er hovedpoenget for Freeman, som har gjennomgått hele Meads dokumentasjon av studien og i tillegg re-intervjuet noen av hennes mest sentrale informanter, at Mead rett og slett kan ha vært offer for en spøk. En velmenende sådan basert på informantenes ønske om å innfri den unge forskerens forventninger til dem.

Mead's examination of female adolescent sexuality in Samoa changed the entire landscape of ethnographic research and helped to define its author as one of the world's prominent anthropologists. But what if her study wasn't all it appeared to be? What if Mead set out on her fieldwork with fixed preconceptions about cultural determinism? What if she spent only five months in the field? What if, pressed to complete her research, she relied at the last moment on the testimony of two young informants who jokingly misled her about the sexual conduct of Samoan girls? What if her study was based on a hoax? (Freeman 1999, fra summary).

Det var særlig Meads læremester og mentor, den prominente etnografen Franz Boas, som Freeman hevder var mye av årsaken til at Mead ble ført bak lyset i sin studie. Mead hadde gjennom sin læretid hos Boas fått ettertrykkelig innprentet noen antakelser om hvordan virkeligheten så ut. Når den ambisiøse forskeren så gikk ut i felten for å gjøre egne studier, var det med en rekke ”på-forhånd-antakelser” og en forutinntatthet som førte til at hun fant akkurat det hun, og Boas, forventet.

Dette er et tankekors for alle forskere som ønsker å komme til sann kunnskap om et felt. Det er nærmet uunngåelig å ikke ha noen forventninger eller hypoteser på forhånd om hva en forventer å finne. Samtidig er det da svært lett at denne forventingen farger femomenet en studerer. Problemet er ikke enkelt å løse for forskeren, men det hjelper selvsagt å være klar over denne ”forskereffekten” når en går til verket. Jeg skal i den videre analysen forsøke etter beste evne også å titte etter innsikter som jeg *ikke* hadde forventet å finne.

4 Presentasjon og drøfting av hovedoppgavene

Jeg har valgt å presentere oppgavene i noen hovedgrupper som bestemmes ut fra to forhold. Det viktigste er hvilket tema som framstår som studiens grunnleggende interesse? Eller sagt på en annen måte, hva ønsker studien å besvare med sin problemstilling?

I tillegg har jeg i grupperingen også tatt noe hensyn til leveringsår for oppgavene, som igjen har sammenheng med metodevalg og perspektiv, som vi skal se. F.eks. har jeg valgt å presentere oppgaver som har sosialisering som sitt primære fokus, i to grupper. I tillegg til de nevnte egenskaper mht metode- og perspektiv, er det også gjort for å gi en overkommelig og oversiktlig framstilling.

Håndterbarhet og klarhet i framstilling er også den viktigste grunnet til at jeg har valgt å presentere og analysere oppgavene i grupper på denne måten. Andre grupperinger enn de jeg har valgt hadde sikkert vært tenkelig, men jeg tror det ville hatt mindre betydning for utfallet av analysen. Jeg forsøker også å trekke med meg de viktigste innsiktene som har framkommet i de ulike gruppene når jeg til slutt gjør et overblikk over alle oppgavene samlet, og viser hvilke mønster som da avtegner seg.

Gjennomgangen av oppgavene vil følge en fast mal, der jeg åpner med en presentasjon av studien med problemstilling. Deretter redegjør jeg for oppgavens viktigste funn, eller *svar på problemstilling* som jeg her kaller det. Jeg gjør også noen egne refleksjoner rundt kandidatenes måte å håndtere problemstillingen på under dette punktet. Så følger en drøfting av oppgavens forståelse av påvirkning, og til sist min vurdering av hvor oppgaven plasserer seg mht forskningsperspektiv.

Når alle oppgavene innenfor en gruppe er presentert forsøker jeg å trekke ut noen sentrale dimensjoner som er særlig interessante å drøfte mht mitt fokus på media og fjernsynets betydning for barn og unge. Denne bolken avsluttes med en plassering av oppgavene i analysemodellen som jeg har etablert.

4.1 Sosialiseringsoppgavene – den pedagogiske vinklingen

De fire første hovedoppgavene jeg vil se på her som omhandler barn og unge i forhold til fjernsyn, er skrevet ved Institutt for pedagogikk ved Universitetet i Oslo i tidsrommet

1986-1987. *Sosialisering* er den sentrale aksene disse oppgavene dreier seg rundt. Selv om den tradisjonelle effektforskningen allerede den gang hadde gjennomgått sterk kritikk, er det allikevel etter min mening ”effekten” eller innvirkningen av fjernsynsbudskap på unges sosialisering disse oppgavene trekker i retning av å si noe om.

Janne Oftedal

Ungdom, sosialisering og TV. Om moderne sosialisering illustrert gjennom TV for ungdom. (Sosialpedagogikk). 1986

Oftedal har i sin oppgave en målsetning om å undersøke fremstillinger av ungdom i noen sentrale ungdomsprogrammer sendt våren 1985.

De fremstillinger hun er interessert i, er slike som utgjør sentrale dimensjoner ved nyere sosialiseringsteori, representert gjennom Thomas Ziehes forståelse av dagens ungdom. Trekk ved subjektiviteten og ungdomskulturen (subkulturen), Ziehes forståelse av en ny narsissistisk tilbøyelighet, forholdet mellom ungdom og voksne og nye endrede kvalifikasjonskrav til dagens unge, er de konkrete dimensjonene i nyere sosialiseringsteori som Oftedal ønsker å se nærmere på i lys av ungdomsprogrammene. På dette grunnlaget formuleres problemstillingen på denne måten: *Hvordan framstilles sentrale trekk ved sosialisering av ungdom i 80-åra i ungdomsprogrammene: ”Kluzz”, ”1984”, ”London” og ”Fellesrommet”?* (Oftedal 1986:2).

For å finne fram til disse fremstillingene foretar hun en innholdsanalyse av programmene ved hjelp av enkel *filmanalyse*. Oftedal er altså ikke primært opptatt av hvilken sosialiseringseffekt programmene kan tenkes å ha, men heller hvordan trekk ved

den moderne ungdomskulturen fremstilles i programmene. Det ligger nærmest implisitt i Oftedals arbeid at medias fremstillinger også fungerer sosialiserende.¹⁸

Svar på egen problemstilling

Oftedal mener å kunne påvise at subjektiviteteten har fått økt betydning i programmene. Individualismen trenger gjennom i fremstillingene. Oftedal finner også representasjoner av frustrasjon over ikke å strekke til i Thomas Ziehes betydning – forventningene er store. Det å lykkes i forhold til jevnaldrende fremstilles som svært viktig i programmene. ”Måten ungdom blir fremstilt på i ”*Kluzz*” kan minne om en 60-70-talls forståelse av ungdom som positive og aktive som må kjempe for rettighetene sine. De blir ikke fremstilt som konsumorienterte.”(s. 92)¹⁹.

Forståelse av påvirkning

Oftedal støtter seg på en tradisjonell ”arkaisk” kommunikasjonsmodell med sender - budskap - mottaker (s. 8). Når det gjelder spørsmålet om påvirkning skriver hun bl.a. ”Det er innlysende at massemediene påvirker barn og ungdom”(s. 40). Ellers støtter hun seg bl.a. på Anita Werner og hevder at ”...barn bruker media som forsterker av allerede eksisterende trekk og tilbøyeligheter, (...) unge med et negativt forhold til skolen valgte musikk og fjernsynsgenre som forsterker dette forholdet” (s. 41).

¹⁸ La meg påpeke med det samme at formuleringen av problemstillingen etter mitt syn ikke er helt heldig. Det er vel strengt tatt ikke fremstillinger av sosialisering Oftedal ønsker å se etter i programmene, men snarere fremstillinger av ungdom og ungdomskultur, for deretter å undersøke hvordan disse fremstillingene står i forhold til Ziehes teorier om moderne ungdomssosialisering. Det er heldigvis også dette siste hun i praksis gjør, men i avslutningen av oppgaven faller hun tilbake til problemstillingens formulering og sier at ”Hovedformålet har vært å se om, eventuelt hvordan, moderne sosialisering blir framstilt i TV for ungdom” (Oftedal 1986:104). Når hun f.eks. finner gjennom analysen av programmene at ”...subjektiviteten har fått en økt betydning blant ungdom”(Oftedal 1986:104), er dette en framstilling av en moderne personlighet eller det moderne selvet, ikke en framstilling av sosialisering. Først i en senere metadiskusjon kan vi betrakte en slik tendens til oppheting av subjektiviteten som et sentralt moment i forståelsen av sosialisering i det moderne. Jeg kan ikke se at Oftedal gjennomfører dette. I denne sammenheng er derimot denne mangelen ved hennes formulering av problemstillingen av mindre betydning.

¹⁹ Presentasjonen av hovedoppgavene inneholder mange sidereferanser til oppgaven som presenteres. Jeg referer oppgaven fullstendig første gang, og siden kun med en henvisning til sidetall i oppgavene. På den måten blir lesbarheten bedre.

Oftedal sier egentlig lite om hvilken sosialiseringseffekt fjernsynet kan tenkes å ha, men hun refererer til noen andre forskeres perspektiver, der Ziehe og Werner er de mest benyttede, og disse forståelsene opplever jeg at hun er enig i.

Forskningsperspektiv: Effektradisjonen

Slik jeg vurderer det plasserer Oftedal seg i praksis innenfor en effektmodell når det gjelder forståelse av media og mht forståelse av fjernsynsmediet i forhold til de unge som mottakere. Hun har riktignok referanser til forskere med rot i andre forståelsesparadigmer, men jeg synes hun faller ned på en enkel effektmodell.

Vibeke Wolther

Ungdom, fjernsyn og usedvanlige læreprosesser. En mediepedagogisk tilnærming til fiksjon som sosialiseringsfaktor. (Sosialpedagogikk). 1986

Wolther har, sammenliknet med Oftedal, et klarere fokus på fjernsynet som sosialiseringsfaktor. Hun benytter seg også av innholdsanalyse for å finne ut hvordan fiksjon på fjernsyn kan virke sosialiserende.

Wolther går inn på den konkrete serien "Fellesrommet" for å se om, og i tilfelle på hvilken måte, serien *simulerer* ungdoms liv. Problemstillingen er: "*Hva er det som gjør fiksjon på fjernsyn til sosialisering? Hva bør slike program for ungdom inneholde, og hvordan bør dette legges opp dramaturgisk for i størst mulig grad å være innsiktsskapende og bevisstgjørende?*" (Wolther 1986:9).

Hennes utgangspunkt er at fiksjon er det ungdom ser mest på fjernsyn, og at innlevelse i fiksjon på fjernsyn kan betraktes på samme måte som når barn bruker simulering gjennom rollelek, "...der begge virksomheter kan være ledd i identitetsutvikling" (s. 80). På denne bakgrunn ønsker hun å undersøke hvordan programmet "Fellesrommet" kan tenkes å inngå i de unges sosialiseringsprosess.

Svar på problemstilling

Problemstillingen hennes synes å basere seg på en noe "smal" definisjon av hva som er sosialisering. Begrepet sosialisering brukes jo vanligvis i samfunnsvitenskapene om den prosessen hvorved individet tar til seg samfunnets normer og verdier, men at det skulle foreligge ett slikt sett av normer, verdier og regler som det så skulle være mulig i identifisere og basere TV-programmer på, blir normativt og positivistisk. Den underliggende forestilling her er det formbare barnet som skal "fylles" med gode normer og verdier, og det dreier seg om å finne de rette pedagogiske/didaktiske virkemidlene som kan

tjene dette formålet. Vi skal senere se at Marit Haldar (1993) finner igjen den samme pedagogiske vinklingen og ambisjonen i NRKs barne- og ungdomsprogrammer særlig på 70-tallet og en bit inn på 80-tallet.

Men la oss se på hva Wolther får ut av problemstillingene sine. Hun finner at ”Barn og unges virkelighet som allmenn tilværelse er i større grad enn tidligere flyttet fra det private til det offentlige rom” (s. 99). Dermed er unge mennesker berøvet en del utviklingsmuligheter som finnes i den private sfæren. Disse erfaringene fås heller ikke i det offentlige rom.

Fjernsynet kan utgjøre et vindu mot voksenverden (...). Her kan unge seere hente ut erfaringer som tradisjonelt gjelder privatlivet; følelsesopplevelser, sosiale mønster, samspill mellom kjønnene også videre (...) I en modell-læringstankegang kan altså ungdom leve seg inn i, og få dekket informasjonsbehov (”ja vel – er det sånn det ser ut til å være”) gjennom fiksjon på fjernsyn. Denne informasjonen kan dermed tas i bruk i ens egen identitetsutvikling. Gjennom bearbeiding og simulering i en modellert virkelighet kan en lettere forholde seg til den ”virkelige” virkeligheten (s. 99).

Wolther mener altså at TV, gjennom en nøye tilrettelegging og ”modellering” av innholdet i fiksjonsprogrammer, kan dekke viktige behov for de unge i deres sosialisering og identitetsutforming.

Forståelse av påvirkning

Wolther formulerer seg i retning av at TV-titting er en passiv aktivitet: ”...fordi det å se fjernsyn er en ”passiv” aktivitet, som påvirker barn og unges ”aktive” aktiviteter.”(s. 7). ”Fjernsynsseriene er blitt vår tids eventyr (...) De har i stor grad erstattet eventyrfortellingene, og dermed også overtatt eventyrenes rolle som formidler av grunnleggende verdi- og normsystemer”(s. 8). Fjernsynet er altså den nye *oppdrageren* i moderne samfunn. At fjernsynet påvirker tas mer som en selvfølge, og noe som må utnyttes i en pedagogisk sammenheng.

Forskningsperspektiv: ”(Uses) and effekt”

Wolther skriver dette om medieforskningen slik hun oppfatter den pr. 1986:

Innenfor medieforskningen, der en ser kommunikasjon som overføring av informasjon, opererer en gjerne med to hovedretninger som har hver sin modell av sender og mottaker: effektstudier og bruksstudier (s. 15).

Vi ser her at 1986 kan se ut til å være for tidlig for nyere perspektiver, som Halls encoding/decoding å ha trengt skikkelig gjennom. Hun referer til Rosengren m.fl. som har

forsøkt å kombinere de to retningene i hva han kaller "uses and effekt" (Rosengren and Windahl 1989, her Wolther 1986:15). Hun sier selv hun støtter seg til Windahls kombinasjon, men i praksis blir det mest "effekt" etter min vurdering. Det kan også være en konsekvens av at hennes metode ikke inneholder noen studie av brukerne. Da blir det litt "vrient" å bedrive "bruksstudier".

Ellen Merethe Rodin

"KLUZZ" OG KLUSS? Fjernsynsprogram for ungdom som sosialiseringsfaktor – en mediepedagogisk tilnærming. (Sosialpedagogikk). 1987

Rodin har etter mitt syn et ennå mer uttalt ønske om å kartlegge hvilken sosialiseringseffekt fjernsynet kan tenkes å ha enn de to foregående oppgavene. Hun analyserer i likhet med Oftedal, ungdomsprogrammet "Kluzz" og spør: "Hva er det som gjør et fjernsynsprogram som "Kluzz" til sosialisering?", og videre hva slags "sosialiseringseffekt" det er rimelig å anta at "Kluzz" har? (Rodin 1987: 6). Hun ønsker også å undersøke om magasinet formidler den "...kunnskap som er nødvendig og relevant for å mestre moderniteten?" (s. 6). Dette er konkrete spørsmål som søkes besvart i analysen av "Kluzz". Den overordnede problemstillingen lyder: "En analyse av "Kluzz" og hvilke holdninger programmet formidler sett i relasjon til ulike sosialiseringsteorier"(s. 5).

Metoden Rodin benytter er semiologisk bildeanalyse av ett konkret "Kluzz"-program i 1985, pluss deltakende observasjon i "Kluzz"-redaksjonen. I tillegg har hun foretatt strukturerte intervjuer av 4 personer i "Kluzz"-redaksjonen.

Svar på problemstilling

På tross av hennes semiologiske tilnærming, finner vi her igjen den samme normative og positivistiske forståelsen av sosialisering som beskrevet hos Wolther. Problemstillingen: "Hva slags sosialiseringseffekt "Kluzz" har baserer seg etter mitt skjønn også på den samme enkle kommunikasjonsmodellen. Sosialiseringeffekten vil jo avhenge av en rekke andre faktorer ved mottaker, dennes sosiale forankring og andre kontekstuelle forhold. Likeledes blir spørsmålet om magasinet formidler kunnskap som er nødvendig og relevant for å mestre moderniteten, for unyansert og positivistisk. Det avhenger vel av hvilke andre impulser seeren kan trekke veksler på. Dessuten vil det være nærmest umulig å operasjonalisere "mestring av moderniteten". Imidlertid vil summen av alle seernes bruk

og læring gjennom et program kunne si noe om hvor tyngdepunktet i påvirkningen ligger, selv om det er problematisk å avgrense et bestemt programs sosialiserende effekt.²⁰

Når hun skal konkludere mht sosialiseringseffekt kommer også Rodin opp i vanskeligheter, særlig pga de uheldige problemstillingene. Her skal jeg nøye meg med å referere noen av hennes funn. Rodin finner at ”Kluzz” formidler en rekke *myter* om ungdomslivet og om dagens samfunn. Myten opprettholdes ved gjentatt anvendelse i programmet ”KLUZZ”. Kjønnssrollemønster, myten om konformitet for å lykkes, myten om moralsk atferd og prektige interesser. Myten om at alle problemer og konflikter er av individuell art og må løses tilsvarende, utgjør til sammen magasinetts ideologi (s. 106).

Forståelse av påvirkning

Rodin vakler en del mht perspektiv på media og dets mulighet til å påvirke. Problemstillingene hennes er utpreget positivistiske og fokuserer på effekter som det er mulig å måle presist, men hun har også en del andre referanser i teksten som går i andre retninger: ”I denne sammenhengen blir heller ikke fjernsynets innhold så avgjørende. Publikum står fritt til å avkode det slik de vil.”(s. 3). Dette er for øvrig også en misforstått tolkning av den semiotiske innsikten, etter mitt syn. Leseren står aldri fritt til å avkode budskapet. Det finnes alltid en ”foretrukket lesning”. Senere i oppgaven skriver hun dessuten: ”Et program avkodes mer eller mindre likt av de fleste medlemmene i vårt samfunn.” (:65). Til dette er det å bemerke at det sannsynligvis kun er på et helt overfladisk plan at alle medlemmer i et samfunn skulle kunne avkode likt.

Forskningsperspektiv: mest ”effekt” og litt ”dominant tekst”

Rodin benytter semiologisk bildeanalyse og finner gjennom denne ”ideologi” i ”KLUZZ”. Hun har derfor ”ett ben” i det jeg her har betegnet ”Innlemming/Motstands”-paradigmet, men oppgaven er ellers gjennomgående basert på effektparadigmet slik jeg leser denne teksten, og slik jeg har referert ovenfor.

²⁰ Når jeg i denne oppgaven av og til bruker ordet effekt er det ikke med en tilslutning til den gamle kommunikasjonsmodellen med avsender – medium og mottaker, der en presist kan måle vellykketheten i overføringen av budskapet (effekten).

Kjersti Eckblad

Mediepedagogikk. – En kombinasjon av fakta om fjernsynet og pedagogisk teori. – En analyse av "Nesten voksen". (Pedagogikk). 1986

Eckblad har et noe annet perspektiv enn de tre andre mht. sosialisering. Hennes problemstilling lyder: *Hvordan kan holdningspåvirkning gjennom fjernsynet beskrives og forklares ved hjelp av pedagogisk teori?*

Hun ønsker å vise gjennom innholdsanalyse av to programmer i serien "Nesten voksen" at pedagogisk teori om læring er et bedre redskap enn eksisterende medieteorier for å gripe læringsprosessen som er virksom gjennom slike programmer. Etter Eckblads mening er undervisning i skolen, oppdragelse i familien, sosialisering blant venner og påvirkning gjennom media, alle grunnleggende like prosesser, og pedagogikken har et godt egnet verktøy til å analysere slike læringsprosesser.

Svar på problemstilling

Eckblad konkluderer med at ulike pedagoger har etablert et begrepsapparat som beskriver hva som skjer ut fra hvor ting foregår; undervisning bedrives i skolen, oppdragelse i familien, sosialisering blant venner og påvirkning gjennom media (s. 112). Ser vi på prosessen er disse begrepene like, ifølge Eckblad. Derfor er det mulig å trekke paralleller mellom skolens læring og medias programmer. Også et fjernsynsprogram har et mål, et innhold og en metode. Hun avslutter med et festskriv og ønske om at pedagogikken må sterkere inn i medievitenskapen. Pedagogikken har et brukbart verktøy, i følge Eckblad.

Forståelse av påvirkning

Eckblad er opptatt av de "rene" undervisningsprogrammer og hvordan de kan forbedres ved pedagogisk teori. Hun sier lite om i hvilken utstrekning mediebudskap generelt har en innvirkning.

Ellers synes jeg nok konklusjonen hennes kan bli noe triviell. At det er en sammenheng mellom fjernsynets og skolens/lærerens rolle som formidler av informasjon er vel ikke noen nyhet. Jeg får ikke ellers så mye ut av denne oppgaven i forhold til å belyse fjernsynsmediets betydning for unge. Hun forutsetter egentlig en betydning uten å gå nærmere inn på hvordan den arter seg. Hennes siktepunkt er hvordan påvirkningen kan forstås bedre med pedagogisk teori. Oppgaven har en fagpedagogisk innfallsvinkel.

Forskningsperspektiv: "Effekt"

Eckblad plasserer seg, etter min mening, innenfor effektparadigmet med sitt positivistiske siktemål om at de pedagogiske og didaktiske teoriene må inn i analysen av programmer for å lage godt pedagogisk TV.

Konklusjon for de fire pedagogiske sosialiseringsoppgavene

Alle oppgavene er levert omtrent samtidig (1986-87) ved Universitet i Oslo. Eckblads oppgave er skrevet innenfor pedagogikk, de øvrige er alle sosialpedagogiske oppgaver, og her er det åpenbart også mer enn disse ytre karakteristika som forener. For det første har alle oppgavene et fokus på sosialisering forstått som overføring av "sunne og formålstjenlige" normer og verdier. Her formidler de et positivistisk, normativt og funksjonalistisk syn på sosialisering. Dette synet kobles sammen med en pedagogisk ambisjon for fjernsynet som en velegnet formidler av de samme gode og formålstjenlige verdiene og normene. Dette gjelder i særlig grad de tre sosialpedagogiske oppgavene. For det andre faller alle oppgavene ned på en enkel modell over medieringsprosessen: sender-medium-mottaker, på tross av enkelte referanser i teksten til paradigmer med et mer sofistikert syn. Mer eller mindre eksplisitt ses mottakeren som passiv i møtet med fjernsynsbudskapene. Når det gjelder medias mulighet til å påvirke, forutsettes det i alminnelighet, men styrken i påvirkningen drøftes i liten grad. Metodisk har alle oppgavene fokus på fjernsynsbudskapet. Interessen er rettet mot å avdekke eller etablere det "positivt gitte" budskapet som kan fungere oppdragene på barn og unge. I tabell 4.1 har jeg forsøkt å plassere de fire pedagogiske oppgavene i analysemodellen for å lette oversikten.

Tabell 4.1 De ”pedagogiske sosialiseringsoppgavene” plassert i feltet

	OFTEDAL	WOLTHER	RODIN	ECKBLAD
Medieforskningens formål	Oppdragelse, pedagogisk	Oppdragelse, pedagogisk	Avsløre funksjoner og dysfunks. + avsløre ideologi	Hjelpe til å lage gode pedagogiske programmer for unge
Metode	Innholdsanalyse	Innholdsanalyse	Semiologisk bildeanalyse, intervju	Innholdsanalyse
Syn på media	Stimulus – oppdra de unge	Stimulus - oppdra de unge	Stimulus/ (tekst)	Stimulus - formidle holdninger
Syn på tilskuer/mottaker	Passiv (i framstilling) Injeksjon	Passiv	Passiv og litt aktiv (men svak)	passiv
Sosiale konsekvenser	Effekter, forsterker det som er der fra før	Effekter, funksjoner og dysfunksjoner,	Effekter og ideologisk	Formidling av holdninger
Individuelle konsekvenser	Blir formet av media, oppdragelse	Modellæring og rollelek, Oppdragelse og tilegnelse av formålstjenelige info	Sosialisering, Modellæring (litt sprikende for øvrig),	Sosialisering gjennom pedagogiske programmer
Forskningsparadigme	<i>Effekt</i>	<i>Effekt</i> + litt “uses and gratification”	Mest <i>Effekt</i> , litt <i>dominant tekst</i>	<i>Effekt</i>
Fag/Universitet	Sos.ped. UiO	Sos.ped. UiO	Sos.ped. UiO	Pedagogikk, UiO
År levert	1986	1986	1987	1986

4.2 Nyere sosialiseringsforståelser

De fire første oppgavene vi har sett på er alle avhandlinger innenfor det pedagogiske fagfeltet. Vi ser at prosessen hvorved barnet gjøres til et samfunnsmenneske, ”sosialisering”, var den sentrale akse disse oppgavene kretset rundt. Kandidatene har ønsket å se på fjernsynets bidrag i denne sosialiseringsprosessen.

Etter denne første epoken med interesse for fjernsynet som sosialiseringsagent ser det ut til at ungdom og fjernsyn som tema har ligget ”brakk” mht hovedfagsoppgaver i noen år fram til 1991. Fra dette året og fremover er det et jevnt tilsig av oppgaver som

retter søkelyset på ungdoms fjernsynsbruk. Som en følge av dette ”bruksfokuset” forskyves også vekten mht. metodisk fremgangsmåte fra *innholdsanalyser* av bestemte fjernsynstekster over på studier av ungdommens faktiske bruk av fjernsynsbudskap, men i denne gruppen er det også to oppgaver som ikke foretar bruksstudier.²¹ I stedet for å fokusere ensidig på hva fjernsynsbudskapene gjør med ungdommene, er det nå et større ønske om også å forstå hva ungdommen gjør med fjernsynsbudskapene. Fremdeles søkes det en forklaring på sosialisering, men nå i større grad ved å se hvorledes fjernsynsbudskapene virker sammen med og i forhold til ungdommens øvrige liv, der andre jevnaldrende, familie og skole er sentrale akser. Med andre ord er *kontekstualiseringen* bedre ivaretatt enn vi så fra de første ”sosialiseringsoppgavene”.

Videre ser vi at det ikke lenger bare er pedagogene som interesserer seg for ungdom og medier på hovedfagsnivå. Også sosialantropologer og medieforskere begynner å fatte interesse for tema.

Brynjar Bjerkem

Ungdom og fiksjonsunderholdning: en undersøkelse av 14-15 åringers forhold til dramatisert underholdning på fjernsyn og på video. (Sosialantropologi). 1991

Når vi vender oss fra medietekstene til mediemottakerne er det mye som endrer seg i forståelsen av forholdet mellom tekst og leser.

Bjerkem ønsker med sin oppgave i sosialantropologi, å avdekke ungdoms ”...bruk av fiksjonsunderholdning, både individuelt og sosialt”, og ”...hvordan denne bruken finner sted” (Bjerkem 1991:2). I hvilken grad fiksjon på fjernsyn og video har betydning for fellesskap og for brukernes identitet, er et sentralt spørsmål i oppgaven. Bjerkem har vært særlig opptatt av på hvilken måte fiksjonsunderholdning eventuelt styrer seernes opplevelse av egen virkelighet, og hvilken sosial funksjon den har som temasetter og fysisk samlingspunkt for ungdommen. En kartlegging av disse punktene skal så munne ut i en vurdering av fjernsynet som mulig påvirkningskilde og sosialiseringsfaktor. Bjerkem ønsker også å undersøke om denne påvirkningen gjelder bestemte grupper mer enn andre.

²¹ Nå vil kanskje den observante leser bemerke at jeg her kommer i skade for å snu årsaksforholdet på hodet. Men det er med hensikt. I oppgavene framstilles det som om interessen for ungdommens bruk kom først, og så måtte en velge metode som kunne belyse dette forholdet. At det i praksis sikkert ofte har vært annerledes kan en ha misstanke om.

Oppgavens problemstilling må søkes i disse spørsmålene, selv om dette ikke er eksplisitt formulert som problemstillinger av Bjerkem.

Bjerkem foretar dybdeintervjuer og deltakende observasjon i et skolemiljø i Oslo. Han betegner selv dette som *antropologisk metode*. Alle intervjuer og observasjoner foregikk på skolen i frikvarter eller i timen. Han sier selv at hans fremgangsmåte metodisk er i tråd med Katz & Liebes og Fiske (s. 7).

Svar på problemstilling

Bjerkem finner at guttene ser mer fiksjonsunderholdning enn jentene. For jentene finner han en sammenheng mellom et ute-orientert levesett og høyt videoforbruk, og en sammenheng mellom deltakelse innenfor idrett og korps og høyere fjernsynsforbruk. Hos guttene finner han ingen slik sammenheng.

Forståelse av påvirkning

Når det gjelder i hvilken grad ungdommene blir påvirket, sier Bjerkem: "Den amerikanske underholdningsindustrien og dens språk er i ferd med å bli en del av våre evalueringsnormer." (s. 146). Samtidig konkluderer han: "Empirien gir ikke grunnlag for å kunne hevde at ungdommens væremåte blir påvirket i noen nevneverdig grad" (s. 147). Det er nok kanskje ikke så underlig at Bjerkem ikke empirisk klarer å påvise noen nevneverdig påvirkning med metoden han benytter. Fremgangsmåten er jo rett og slett at han spør dem om de blir påvirket, men ungdommene avviser dette: "Informantene er imidlertid klare verbalt på at de skiller mellom fiksjon og sin egen virkelighet og har klare motforestillinger mot en slik påvirkning på holdning og atferd" (s. 147). Bjerkem referer fra et intervju med en informant:

"Når forskeren da til slutt skal prøve å lokke Katrine til å innrømme å føre situasjoner også andre veien, med å anvende fjernsynsfiksjon som referanse i det virkelige liv, da får han et lite rapp over fingrene. Katrine kan nok trekke paralleller til sin egen situasjon mens hun ser fjernsyn, men der går grensen." (Bjerkem 1991:78).

Her er vi ved et viktig metodisk problem for bruksstudier. Det er ikke bare Bjerkem som får problemer med å påvise virkninger av mediebudskap med en slik metode, selv om hans eksempel blir særlig tydelig. Det er ikke så underlig at Bjerkem ikke får ungdommene til å innse at de påvirkes av programmer på denne måten. Få mennesker er vel til de grader selvrefleksive og innsiktsfulle – og kanskje særlig i denne alderen. Generelt er det metodisk problematisk å benytte intervjuer for å påvise slike virkninger. Slik påvirkning

må etter mitt skjønn vises ved en bredere analyse av fjernsynets plass i folks dagligliv slik vi har sett Silverstone (1994) og Abercrombie & Longhurst (1998) tar til orde for. Studiens viktigste funn oppsummerer Bjerkem på denne måten:

Undersøkelsen viser at dramatisert underholdning har rimelig stor betydning for ungdommene, som underholdning og som felles referanse. Den har derimot en begrenset evne til å påvirke deres utforming og forståelse av hverdagen. Nyansene i, og skillet mellom begrepene betydning og påvirkning oppleves i ettertid som essensen i dette prosjektet (Bjerkhem 1991:148).

Dette hører ut som en merkelig konklusjon for meg. Hvis TV har stor betydning som underholdning og referanse, er det vanskelig å forstå at påvirkningen samtidig kan være liten mht utforming og forståelse av hverdagen. Jeg tror grunnen til at Bjerkem konkluderer litt uheldig her, skyldes at han har et noe forkjært utgangspunkt for sin studie. Han sier at: ”Utgangspunktet var ønske om å kartlegge effekter, men studien er mikro-orientert og derfor ikke lik Gerbners ønske om kvantifiserbare data som kan generaliseres” (s. 8). På tross av at Bjerkem presiserer at han ikke skal foreta en slik kvantifiserbar og positivistisk studie, er han, slik jeg ser det, ikke tro mot dette gjennom oppgaven. Han har stadig henvisninger til antall ungdommer som mener dette og hint, teller og systematiserer dem.

På dette grunnlaget finner han at ungdommene er mer kritiske enn hva Bjerkem trodde på forhånd, men at dette er vanskelig å påvise empirisk. Jeg mener at det også er viktig å påpeke at ungdommene godt kan være kritiske og allikevel bli påvirket.

Forskningsperspektiv: ”Uses and gratification” og dominant seer

Bjerkem vektlegger selv at han bruker sosialantropologisk metode (kvalitativ) i sin studie, og at dette ”...kan være med å avdekke sider av seeropplevelsen som *medieforskningen tradisjonelt* ikke har nådd frem til” (s. 3, *min kursiv*). Hvis Bjerkem sikter til tidligere studier på hovedfagsnivå, ser vi at han har rett. Hans kvalitative innfallsvinkel med intervjuer og observasjon av ungdoms bruk, er den første hovedoppgaven i Norge av dette slaget, mens ”medieforskningen tradisjonelt” har benyttet seg av slike metoder lenge før Bjerkems studie, slik han selv viser til med Fiske og Katz&Liebs.

Bjerkems oppgave er ikke helt enkel å plassere innenfor ett enkelt paradigme. Metodisk gjennomfører han *resepsjonsstudier* som han selv eksplisitt gir uttrykk for, men hans fortolkninger synes jeg ligger nærmere en ”uses and gratification”-forståelse, og av og til kanskje også ”effekt”-forståelse. Det er først og fremst hans interesse for å ”telle” og ”måle” som forstyrrer bildet. Bjerkem kommer dermed i skade for å ”forurene” sin

resepsjonsstudie med en del positivistisk tankegods om kvantifisering av verdier og måling av effekter. Jeg har derfor plassert ham et sted mellom ”uses and gratification” og *dominant seer*.

Cecilie Kløvstad

Bank på før du kommer inn: en oppgave om ungdom, seksualitet og TV. (Medier og kommunikasjon). 1995

Kløvstads studie er et eksempel på at de spesifikke ”mediestudiene” også har tatt i bruk mottak av fjernsynstekster for å avdekke eventuelle ”konsekvenser” og ”effekter” av fjernsynsprogrammer på ungdom.

Kløvstad forsøker å kombinere den, for medieforskningen, mer tradisjonelle innholdsanalysen av fjernsynstekster med kvalitative intervjuer av 16-åringer og deres forhold til seksualitet. Hennes siktemål, eller problemstilling, er for det første å ”..kartlegge i hvilken grad og på hvilken måte seksualitet kommer til uttrykk i de mest sette ungdomsseriene på fire kanaler”. For det andre gjennom intervjuer å få ”...innsikt i hvordan ungdom forholder seg til seksualitet på TV og hvilke tanker de har om sin egen seksualitet”. Hun er også ute etter å undersøke ”...oppfatninger, holdninger og forestillinger ungdom har omkring seksualitet, både i forhold til det de selv erfarer og i forhold til det de ser på TV” (Kløvstad 1995:3).

Hun formulerer i tillegg en hovedproblemstilling: ”I hvilken grad virker det ungdom ser på TV inn på deres forestillinger om seksualitet?” (s. 3).

Her må det skytes inn at Kløvstads utgangspunkt for studien er en smule spesiell. I 1993 besluttet Norske Kvinners Sanitetsforening å utvikle et forskningsprosjekt for å fremskaffe og spre kunnskap om sex og vold i norske fjernsynsmedier, og den virkningen på barn og unge dette måtte ha. Bakgrunnen var at mange av medlemmene i NKS hadde reagert på sex-innslag i barne- og ungdomsprogram. Det var særlig kultfiguren *Alex* i ungdomsprogrammet ”U” som ble oppfattet som særlig ”bluferdig og sexfiksert” (s. 1). Hensikten med satsningen fra NKS’s side var å forsøke å påvirke fjernsynsprodusentene til å vise ”større ansvarlighet i sine fremstillinger” og dermed snu en negativ utvikling.

Her kan det se ut til at konklusjonen (fra NKSs side) er trukket i forkant, og at forskningsprosjektet mer gikk ut på å underbygge med vitenskapelige ”fakta” det syn på sexfikseringen i fjernsynet NKS allerede hadde. Dette er naturlig nok en svært problematisk rolle for en oppdragsforsker å gå inn i, men det skal sies at Kløvstad opptre med stor forskerintegritet i sitt arbeide. Hun lar seg ikke ”presse” til en mediepanikk rundt

det sexfikserte fjernsynsmediet. Hun innrømmer også at hovedproblemstillingen hennes kan ha problematiske konnotasjoner i seg:

I utgangspunktet kan denne problemstillingen være problematisk fordi det i den ligger at de unge, henter noen av sine forestillinger fra det de ser i fjernsynet. Det vil være umulig for meg å si at de ikke henter noen av sine forestillinger fra fjernsynsverden. All identitetsdannelse skjer i interaksjon med de omgivelsene ungdommen omgås (Kløvstad 1995:99).

Svar på Problemstilling

Kløvstad er en av de få av kandidatene i mitt materiale som formulerer en klar hypotese for sin studie: "... fjernsynsinholdet har liten innvirkning på holdningsdannelsen til ungdom" (s. 3). Dette baserer hun bl.a. på Anita Werner (1986) som hevder at "...det meste av forskning på området viser at medier står i en marginal, begrenset stilling i sosialisering- og kulturasjonsprosessen" (Kløvstad 1995:99). La oss se om Kløvstads "dominant seer-briller" fører til at hun som Mead "finner det hun søker".

For det første finner Kløvstad at ungdommene er ganske negative til framstillinger av seksualitet på NRK. De synes det blir for "seriøst" og likner for mye på skolestoffet. Hun finner at det er en norm blant ungdommene om ikke å se på det. Og hun finner at TV spiller liten rolle for ungdommenes forestillinger sammenliknet med andre påvirkningskilder: "Hvilke erfaringer ungdommen hadde og hvilke miljø de var i viste seg å være det viktigste i holdningsdannelsen i forhold til seksualitet." (s. 99).

Det prisverdige med fremgangsmåten til Kløvstad, som ønsker å kartlegge en bestemt type framstillinger i fjernsyn - her sex – og disse framstillingenes betydning for de unges oppfatning rundt seksualitet, er at hun *både* foretar en undersøkelse av faktiske framstillinger av sex i noen sentrale programmer, og deretter ser på hvordan dette virker inn på de unge. At hun foretar en innholdsanalyse i tillegg til å analysere mottakerne av budskapene er nødvendig når hennes fokus (og bestillingen fra NKS) er utbredelsen av et bestemt type tema i noen bestemte ungdomsprogrammer. Imidlertid hviler hennes konklusjoner mht. fjernsynets påvirkningskraft etter mitt syn på en for "smal" forståelse av forholdet mellom media og samfunn/individ. For Kløvstad er hovedpoenget at ungdommen først og fremst henter sine forestillinger om seksualitet ut fra egen erfaringsverden (s. 99). Hun viser at sosial forankring og "typen" (litt forenklet: sosiale/usosiale) ungdommen tilhører i stor grad bestemmer de forestillinger de gir uttrykk for i intervjusituasjonen. Etter mitt syn er det en svakhet ved Kløvstads konklusjon at hun ikke knytter disse strukturelle forskjellene blant ungdommene hun undersøker, til eventuelle ulike lesninger de unge

foretar av fjernsynsbudskapene. M.a.o. at hun ikke åpner opp for *samspillseffekter*. Det ville f.eks. vært nærliggende å tenke seg at de ungdommene som hadde mindre omgang med andre ungdommer var mer påvirket av medierte budskap enn de med mye sosial omgang. Vi skal senere se at andre hovedoppgaver i mitt materiale nettopp påviser slike sammenhenger (som f.eks. Tingstad 1994). Kløvstads fokus på ungdommens sosiale omgivelser er imidlertid et godt eksempel på en gryende vilje til å kontekstualisere virkningen av fjernsynsbudskap, selv om hun ikke fullfører resonnementet fullt ut, slik jeg ser det.

Forståelse av påvirkning

Oppgaven til Kløvstad er særlig interessant for meg fordi hennes problemstilling langt på vei sammenfaller med mitt spørsmål om medias påvirkning, og det meste er dermed også nevnt ovenfor om hvordan dette spørsmålet besvares i Kløvstads oppgave. Det jeg her vil fokusere på er Kløvstad plassering av fjernsyns-”erfaringene” i forhold til andre erfaringer i de unges liv. Kløvstad skiller mellom *primære erfaringer*; ungdommenes egne erfaringer med seksualitet, *sekundære erfaringer*; holdninger, forestillinger og tanker som ungdommene har fra foreldre eller andre voksne, og *tertiære erfaringer*; medieerfaringer. En slik inndeling er etter mitt syn begrensende for hennes analyse. Etter mitt syn vil alle disse ”erfaringsverdenene” flyte over i hverandre og i praksis være vanskelige å skille både for ungdommen selv - og for Kløvstads analytiske blikk. Dette er slik jeg oppfatter det også det helt sentrale poenget innenfor det jeg her har kalt for det *konstruktivistiske* perspektivet (jf. Silverstone 1994 og Abercrombie&Longhurst 1998).

We need to think about the medium as more than just a source of influence, neither simply benign nor malignant. We need to think about television as embedded in the multiple discourses of everyday life. And we need to understand what those discourses are, how they are themselves determined, how they interweave and, most crucially, how they are to be distinguished in terms of their influence relative to each other (Silverstone 1994:ix).

Poenget her er at fjernsynet ikke er en ytre innstans som kan utskilles som *tertiære erfaringer*, slik Kløvstad her gjør. Fjernsynsbudskap eller fjernsynserfaringer er vevet inn i alle de diskursive fellesskap som ungdommene inngår i, og som Kløvstad her betegner som primære og sekundære erfaringer. Når hun forsøker å isolere fjernsynserfaringene fra disse, mister hun blikket for fjernsynets innskrivning i folks dagligliv og den betydningen fjernsynserfaringene har for de øvrige interaksjonene ungdommene inngår i.

Forskningsperspektiv: "Uses and gratification" og dominant seer

Kløvstads syn på fjernsynet som en "isolert" stimulus som det dreier seg om å måle betydningen av, går i retning av "uses and gratification", men hennes bruk av innholdsanalyse trekker mer mot Innlemming/Motstands-paradigmet og med et syn på seeren som *dominant*.

Vebjørn Tingstad

TV-titting i et sosialiseringsperspektiv: en studie i 5 småbarnsfamilier.²² (Førskolepedagogikk). 1994

Tingstad betrakter TV-titting som "...råmateriale i barns identitetsarbeid; en kilde som svekkes eller styrkes av barnets personlige forutsetninger og det sosiale miljøet TV-tittingen foregår i" (Tingstad 1994:18). Vi ser at Tingstad ikke nøyer seg med, som Kløvstad, å vise at ungdommens kontekstuelle forankring i form av familie, venner og annet har betydning for de unges oppfatninger og identitetsdanning. Tingstad mener også at denne *konteksten* er med å bestemme *fjernsynets* innflytelse i deres liv.

Tingstad ønsker altså å studere barns fjernsynsbruk som en *sosial aktivitet* (s. 7). Det er hvorledes fjernsynet inngår som en del av barns oppvekst og sosialisering hun vil undersøke nærmere. Problemstillingen blir dermed: "*Hvilke kulturelle rammer legger familiens fjernsynsbruk for små barns identitetskonstruksjon?*" (s. 18). Og hun spør videre om det finnes "*...mønstre i familiens TV-titting som kan kalles kulturelle praksiser?*" (s. 18).

For å finne fram til slike kulturelle rammer som legges gjennom familiens fjernsynsbruk, foretok Tingstad observasjoner av barn i hjemmesituasjonen foran TV-skjermen. Det var særlig samhandling mellom familiemedlemmer som interesserte Tingstad. I tillegg intervjuet hun de samme barna og deres foreldre om familiens fjernsynsvaner. For å forstå rammene rundt barnas sosialiseringsbetingelser, undersøkte Tingstad både de forestillinger foreldrene har om TV-titting, den praksis de og barna utøver og den sosiale og kulturelle hverdagsvirkelighet de lever i. Oppmerksomheten er rettet mot den objektive og symbolske virkeligheten rundt TV-titting, sier hun.

²² Tingstads oppgave er også gitt ut i DMMH's publikasjonsserie (nr. 3 1995). Mine sidehenvisninger henspiller på denne utgivelsen.

Svar på problemstilling

Tingstad finner i tråd med Fiske, at barn innlemmer TV i leker, sang og språk og bruker TV som råmateriale for å skape nye leker, sanger ol. Dette står i kontrast til tidligere undersøkelser, hevder hun, der barnas lek reduseres og blir mindre rikholdig som følge av TV-titting. Tingstad mener videre at hennes studie støtter James Lulls inndeling i *relasjonsorienterte* og *begrepsorienterte* familier. Den første kategorien er familier som er mest orientert mot følelser og legger vekt på harmonisering. Disse familiene kommer i hovedsak fra arbeiderklasse miljø. De *begrepsorienterte* familiene legger vekt på å diskutere og utveksle ideer og kommer i større grad fra middelklassen. Tingstad finner at den siste gruppen ser mindre på TV og ser mer informative programmer.

Hun finner videre at foreldrenes utdanning i liten grad ser ut til å være avgjørende for hvilke TV-vaner barna i undersøkelsen har. Foreldrenes egne barndomsopplevelser ser ut til å være styrende for hvordan de selv organiserer deres barns TV-titting. Antall tilgjengelige kanaler påvirker hvor mye tid som brukes til TV-titting (s. 35). Materialet hennes bekrefter at NRK har en sterk posisjon. "Det er NRK som har forrang når program skal velges" (s. 44).

Forståelse av påvirkning

Tingstad har i utgangspunktet en forståelse i tråd med Halls "encoding/decoding", der fjernsynstekster ses som råmateriale i barns identitetsarbeid, en kilde som kan svekkes eller styrkes av barnets personlige forutsetninger og det sosiale miljøet TV-tittingen foregår i. Men Tingstad plasserer seg i en forståelse der påvirkningen ses som svak for de fleste: "Forskning tyder på at barn som opplever trygge og stimulerende oppvekstmiljø, i liten grad påvirkes av TV" (s. 61). Og hun sympatiserer med Bjørnebekks påstand: "Forskning tyder på at barn som opplever familie- og kameratmiljø som er trygge og godt integrerte, er nærmest immune mot påvirkning fra fjernsynets såkalte mainstream". Tanken er at "...barnas hverdagserfaringer..." er de viktigste påvirkningskildene (Tingstad 1994:48). Dette er etter mitt syn et forkjært utgangspunkt. Jeg mener Tingstad, og for så vidt Bjørnebekk hvis sitatet er dekkende for hennes syn, her likestiller *påvirkning* med *negativ påvirkning*. At barn som har trygge rammer ikke er så sårbare i forhold til negative "effekter" av TV-titting, er sikkert et poeng. Men det betyr ikke at de ikke påvirkes. Og et annet poeng er nettopp at fjernsynet og andre medier, etter mitt syn, *er* en del av barnas "hverdagserfaringer" som utgjør en viktig komponent i barn og unges virkelighetsveg i moderne samfunn.

Forskningsperspektiv: Dominant seer

Tingstad plasserer seg klart i "cultural studies"-tradisjonen, og hun sier selv at hennes arbeid støtter seg bl. a. på David Morley (1986) og John Fiske. Hennes forståelse av seeren som dominant og lite påvirkelig av TV-titting, gjør at jeg velger å plassere henne innenfor Innlemming/Motstands-paradigmet – *dominant seer*.

Nina B. Føyn Bjølgerud

"På skraphaugen"- En innholdsanalyse av et Barne-TV program med vekt på verdiformidling. (Pedagogikk). 1995

I medieringsprosessen er det ikke bare mottakeren som er situert i en kontekstuell ramme, og som dermed bestemmer budskapets mening. Også avsenderen er situert i en kontekst som bestemmer budskapets utforming (Jfr. Hall 1980: "Encoding and Decoding"). Den semiotiske vendingen i medieforskningen utelukker på ingen måte studier av avsendersiden til fordel for mottak av mediebudskap, selv om vi har sett at flere av hovedoppgavene vi har undersøkt til nå har vendt blikket mot mottakerne. Bjølgerud skriver:

Når det gjelder forholdet mellom sender og mottaker, kan man si at teksten i den forbindelse er bindeleddet mellom to helt atskilte kontekster, der hver av delene kan studeres for seg selv" (Bjølgerud 1995: 10).

På denne bakgrunn argumenterer Bjølgerud for at det er behov for studier av avsendersiden i kommunikasjonsprosessen - for å avdekke verdier og ideologi. For å bruke et begrepspar med tradisjon i norsk sosiologi kan vi si at Bjølgerud ønsker å kartlegge samsvaret mellom *intensjoner* og *realiteter* mht. verdiformidling i NRK (jf. Lysgaard 1961). Problemstillingen hennes lyder: *"Er de verdiene jeg finner i programserien "På Skraphaugen" i overensstemmelse med de kriteriene for verdiformidling jeg fant at NRK har som basis?"* (s. 12). Hun tenker da på verdier som er nedfelt i NRKs statutter som en "public service" kanal. Bjølgerud har fokus på fjernsynsprogrammer som er rettet mot de minste barna fra 3-7 år, og har valgt å foreta *innholdsanalyse* av et program fra NRK: "På Skraphaugen", som er rettet inn mot denne målgruppen.

Svar på problemstilling

Bjølgerud har et sosialiseringsperspektiv på medieringsprosessen som TV inngår i:

Etter hvert setter ytre impulser sine spor, og det bygges opp et forråd av kunnskaper, normer og verdier som bestemmer hvordan hver enkelt senere forholder seg til samfunnet rundt seg. TV vil ofte fungere som en av mange sosialiseringssagenter i den forbindelse” (s. 7).

Bjølgerud finner at verdiene NRK som en allmennkringkaster bygger på kan presiseres som: ”Rettssikkerhet, Demokrati, Ytringsfrihet, Menneskeverd, Toleranse, Mangfold (Norsk Rikskringkasting 1992). Og hun finner at disse verdiene samsvarer godt med de funn hun gjør i innholdsanalysen av ”På skraphaugen”: ”Ekstraktet av de verdiene som formidles i programserien (...) samsvarer med sendersidens intensjoner. (...) Toleranse og det å ivareta sitt menneskeverd går som en rød tråd gjennom hele serien” (s. 105).

Bjølgerud finner videre at barna i stor grad klarer å avkode verdiene som formidles i samsvar med intensjonene:

Tross endel innvendinger, som jeg her har vært inne på, er det i hovedsak godt samsvar mellom intensjonene bak serien og det endelige produkt. Jeg mener derfor at barna stort sett har mulighet til å oppfatte de verdiene som blir formidlet gjennom de ulike elementene. (...) de verdiene jeg fant i ”på Skraphaugen” i stor grad stemmer overens med de kriteriene for verdiformidling jeg fant at NRK hadde som basis (s. 107).

Etter mitt syn har studien til Bjølgerud en svakhet når det gjelder koblingen hun foretar mellom sin egen (forskerens) avkoding av teksten – her ”På skraphaugen” – og barnets avkoding. Bjølgerud undersøker ikke barns avkoding, men konkluderer allikevel med at barn vil avkode i samsvar med NRKs intensjoner. Hun burde i det minste problematisere hvordan *hennes* fortolkninger og avkodinger av et fjernsynsprogram står i forhold til *barns* avkodinger. Det er sannsynligvis ganske stor forskjell mellom barn i 3-7 års alderen og en akademiker med 6 års universitetsstudier bak seg. Disse forskjellene ville det vært interessant om Bjølgerud hadde redegjort for, og diskutert konsekvensene av, i forhold til avkoding av verdier i teksten. Hun sier selv at ”Innholdsanalyser anvendes for å undersøke om det *tilsiktete* meningsinnholdet i et program, f.eks. et barne-TV-program, kan sies å ha blitt *realisert*” (s. 26, *mine kursiver*). Etter mitt syn må det være problematisk å avgjøre om et tilsiktet meningsinnhold er realisert ut ifra et forskerståsted, når målgruppen som en slik *tilsiktet mening* eventuelt skulle realiseres overfor er barn mellom

3 og 7 år. For at dette skal være meningsfullt må i det minste dette metodeproblemet diskuteres. Det gjør dessverre ikke Bjølgerud.²³

På tross av disse innvendingene synes jeg studien til Bjølgerud er interessant. Den er den eneste av de 16 oppgavene jeg har undersøkt med et slikt fokus på intensjoner og realiteter rundt produsentsiden av medieringsprosessen.

Forståelse av påvirkning

Dette spørsmålet tematiseres ikke i denne oppgaven. Fokus er rettet mot å avdekke verdier og ideologi i et fjernsynsprogram og i hvilken grad dette er i samsvar med avsenders programfestede intensjon.

Forskningsperspektiv: Innlemming/Motstands – (*dominant tekst*)

Jeg tror det er mest riktig å plassere Bjølgeruds studie innenfor Innlemming/Motstands-paradigmet. Hvorvidt Bjølgerud anser seeren eller teksten som dominant kommer ikke klart fram i hennes utlegning, men jeg velger under tvil å plassere henne innenfor *dominant tekst* pga fokuset hun har på verdiformidling og ideologi. Men jeg understreker at jeg ikke finner noe klart mandat hos Bjølgerud for denne konklusjonen.

Thomas Sandvik

***Elektroniske massemedia: opium for folket eller offentlighetens fugl Fønix?* (Sosiologi). 1998**

Til sist i denne gruppen jeg har kalt *nyere sosialiseringsforståelser* vil jeg presentere Thomas Sandviks oppgave. Det er media som en moderne form for offentlig rom, og den *mellommenneskelige samhandling* og *meningsutveksling* som foregår der, som er Sandviks grunnleggende interesse (Sandvik 1998:1). Han retter søkelyset på to slike offentlige rom; fjernsynskanalen ”MTV” og den Nettbaserte virtuelle møteplassen ”USENET”. Sandvik ser dem som to sentrale arenaer innenfor moderne massemedier. TV som ”...vårt samfunns mest sentrale kulturelle fellesnevner og kilde for informasjon”, med MTV ”...som den mest rendyrkede formen for fjernsyn” (s. 1). Og ”USENET” som eksempel på nye

²³ Vi må kunne forutsette at det er meningsinnholdet for *barn* som Bjølgerud ønsker å avklare realisering i forhold til, da en slik realisering av mening overfor en voksen forsker i seg selv nødvendigvis vil være av mindre interesse å avdekke når studiens målgruppe er små barn.

kommunikasjonsformer/-medier, og "...som kanskje rent umiddelbart kan plasseres innenfor sosiologiens idealtypiske beskrivelse av offentligheten" (s. 1).

Sandvik vil undersøke om: *"...eksisterende teori er egnet til å analysere dagens massemedier, representert gjennom "MTV" og "USENET"*". Deretter ønsker han å undersøke *"...hvorvidt offentligheten gjennom "MTV" og "USENET" er frigjørende eller undertrykkende"* (s. 8). Oppgavens problemstilling må forstås i tråd med dette.

Det er særlig viljen til å diskutere medias frigjørende og undertrykkende virkninger som jeg finner interessant, og som jeg ønsker å se nærmere på hvordan Sandvik håndterer.

Sandvik foretar ingen strukturert analyse av konkrete programmer på TV (MTV), eller konkrete tekster som foreligger på "USENET". I stedet foretar han en analyse og drøfting av disse mediene på bakgrunn av enkelte teoribidrag på feltet og hans egen generelle oppfatning av disse mediene. Analysen er dermed ikke foretatt slik vi har sett fra tidligere hovedoppgaver jeg har drøftet, der noen medietekster plukkes ut og analyseres ved hjelp av et analyseverktøy hentet fra f.eks. litteraturvitenskap. På den måten er Sandviks epistemologi å regne som rent teoretisk. Han arbeider her på samme vis som teoretikere som Giddens, Ziehe, Habermas og Adorno&Horkheimer, for å nevne noen (og uten sammenligning for øvrig).

"Svar på problemstilling"

Nå må det sies med det samme at det ikke er helt enkelt å trekke ut noen klar konklusjon eller klare svar på problemstillingene i Sandviks oppgave. Oppgaven gjennomføres som en teoretisk diskusjon med noen sentrale bidragsytere på feltet. Jeg vil referere og diskutere noen av dem som jeg synes kommer inn på svært interessante sider ved forståelsen av media i samfunnet.

De mest sentrale teoretikerne som Sandvik drøfter er: Adorno & Horkheimer, Sennet, Habermas, Postman, Fiske og Jameson.

Sandvik kontrasterer bl.a. Fiske og Adorno&Horkheimer langs flere dikotomier (reproduserende vs. produserende, isolerende vs. nettverksfremmende, eksplosjon vs. implosjon), for å forsøke å forstå i hvilken grad MTV er frigjørende eller undertrykkende. I denne diskusjonen mener jeg Sandvik overser et sentralt epistemologisk poeng: En viktig årsak til at Fiske og Adorno&Horkheimer kommer fram til diametralt ulike slutninger mht. dikotomiene som Sandvik drøfter, er at deres tilnærming til feltet er fundamentalt forskjellig. Mens Adorno&Horkheimer gjør sine betraktninger ut fra en frustrasjon over forfallet (etter deres mening) i de massekulturelle tekstene produsert av kulturindustrien,

ved å betrakte dem *utenfra* gjennom en høykulturell "lenestols-posisjon", kommer Fiske frem til sitt syn på medias innflytelse ved å studere hvordan folk faktisk forstår og gjør bruk av medietekster. Fiske finner at denne bruken er svært mangfoldig og divergerende, på bakgrunn av en rekke andre kontekstuelle forhold rundt leseren og lesningen, og han konkluderer deretter: Massemedier fungerer først og fremst frigjørende (Fiske 1987, 1989 og 1991). Adorno&Horkheimer (1981) betrakter "forfallet" "ovenfra" og kom til at *kulturindustrien* produserte og formidlet bestemte *hegemoniske* fortellinger, som de mente å se virket manipulerende på mottakerne av budskapene. Men de sjekket ikke ut empirisk om folk faktisk ble manipulert. Jeg tror dette er en viktig årsak til at Fiske og Adorno&Horkheimer kommer fram til diametralt ulike resultat når det gjelder syn på medias rolle i samfunnet – og på hvorfor de kommer ulikt ut på Sandviks dikotomier.

Sandvik skriver videre om Fiske at:

Fiske ser det subversive i alt, men "glemmer" at det er et bestemt sjikt og en bestemt klasse som programmerer tidsskjemaet til TV. Han tar ikke med i betraktningen at det som presenteres innenfor kulturindustrien ikke er nøytralt, og at valgmulighetene er endelige. Det finnes kun et gitt antall kulturprodukter og utbudet av dem er ikke bestemt av konsumentene (Sandvik 1998:108).

Dette er en forståelse av Fiske som jeg har støtt på flere ganger, men jeg kan ikke se at dette stemmer. TV årsaker ikke identifiserbare effekter hos seeren, sier Fiske, men TV arbeider imidlertid ideologisk for å promotere visse meninger om verden, sirkulere visse meninger i stedet for andre, og å tjene noen sosiale interesser bedre enn andre (Fiske 1987:20).

This ideological work may be more or less effective, according to many social factors, but it is always there, and we need to think of it in terms of its effectivity in society at large, not of its effects upon specific individuals or groups. "Effectivity" is a socio-ideological term, "effect" an individual-behavioristic one (Fiske 1987:20).

Denne viktige distinksjonen mellom en sosial ideologisk *effektivitet* og *effekter* på et individuelt plan har Sandvik, slik jeg ser det, oversatt i Fiskes teori. Fiske argumenterer videre for at fjernsynets ideologiske makt på denne måten *ikke* er særlig effektiv fordi "utbudet av kulturprodukter" (for å bruke Sandviks term) *er* bestemt av konsumentene gjennom markedskreftene (hva som faller i smak), og at kulturindustrien dermed er dømt til å undergrave sitt eget hegemoni for å appellere til et bredt og kulturelt differensiert publikum. Det er nok av eksempler på feilslåtte satsninger. Fiske poengterer nettopp at det

er en bestemt klasse som kontrollerer TV's tidsskjema, programinnhold og profil, og at dette innebærer makt. Men denne makten, og de herskende som innehar den, undergraves av publikums krav om å lage programmer som faller i smak. Fiske mener imidlertid *ikke* at denne makten av den grunn ikke er virksom, men at den motarbeides, undergraves og delvis nøytraliseres ved mottakerens "fortolkende (semiotiske) makt" i avkodingssituasjonen. Mottaker bestemmer langt på vei innholdet, herav Fiskes begrep *semiotisk makt*. (Se Fiske 1987, 1989, 1991).

Vi ser at Sandvik kommer i skade for å tillegge Fiske perspektiver det ikke er grunnlag for. På den måten går han glipp av at Fiske faktisk har et balansert syn på medias makt, slik vi har sett ovenfor. At Fiske kanskje vektlegger mottakernes semiotiske makt for sterkt i forhold til kulturprodusentenes makt, er en annen sak.

Forståelse av påvirkning

Sandvik "faller selv ned" på en mellomposisjon i sin sondering rundt dikotomiene han diskuterer. Når det gjelder i hvilken grad "MTV" er *produserende* eller *reproduserende* sier Sandvik:

Derfor velger jeg å se MTV som en glidende overgang mellom de to ytterpunktene i dikotomien. Det bør legges til at Frankfurterne argumenterer langt mer overbevisende for sitt syn, og således burde vel de tillegges mer vekt (s. 75).

Vi ser her at Sandvik har en dragning mot å forstå "MTV" som reproduserende og dermed også besvare problemstillingen sin med at "MTV" er mer undertrykkende enn frigjørende. Videre konkluderer han når det gjelder "MTV" som leverandør av utkast til identitetskonstruksjon: "Musikk og livsstil blir preget av MTV, og kanalen blir således en viktig, og i mange tilfeller den eneste, allment tilgjengelige leverandøren av råvarer til identitetsproduksjon og overskridende handlinger." (s. 71).

Forskningsperspektiv: "Effekt" og Innlemming/motstand – dominant tekst

Sandvik sier selv at han finner en posisjon "i midten" når det gjelder teoriene han diskuterer (jf. diskusjonen ovenfor). Jeg mener derfor at han kan plasseres et sted mellom "effekt"-tradisjonen og Innlemming/Motstand – *dominant tekst*.

Konklusjon for "nyere sosialiseringsforståelser"

Disse fem oppgavene er skrevet i tidsrommet 1991 til 1998 innenfor fagene: Sosialantropologi, Medier og kommunikasjon, Førskolepedagogikk, Pedagogikk og

Sosiologi. Oppgavene har alle en interesse av å undersøke ”overføring” av verdier og holdninger som fjernsynsmediet produserer, og hvordan disse budskapene formidles og benyttes av barn og unge. Men oppgavene fokuserer på ulike sider av prosessen. Jeg har gruppert dem sammen fordi de etter mitt syn representerer en mer ”moden” forståelse av medieringsprosessen enn de fire første ”sosialiseringsoppgavene”. Den rene effektmodellen er forlatt. Andre faktorer, som de unges øvrige sosiale relasjoner, og de ulike kontekster som fjernsynstittingen foregår innenfor, trekkes inn i forståelsen av TVs innvirkning og bruk for unge.

Jeg har lett etter et mønster i forhold til fag disse fem oppgavene er skrevet innenfor, men kan egentlig ikke finne noe spesielt å gripe fatt i så langt. Det kan se ut som det er andre påvirkningsfaktorer enn institutt som virker på hovedfagsstudenter. Forskjellene mellom de ulike fagene når en skriver innenfor det samme tema, vil kanskje helle ikke være så stort når det gjelder perspektiver og anbefalt litteratur, men jeg gjentar at jeg ikke har foretatt noen emiriske undersøkelser av de ulike instituttene. Om fag viser seg å danne noen mønster vil jeg også komme tilbake til i den avsluttende sammenstillingen av alle de 16 oppgavene. Tabell 4.2 viser oppgavene satt inn i felt.

Tabell 4.2 "Nyere sosialiseringsforståelser" plassert i feltet

	BJERKEM	KLØVSTAD	TINGSTAD	BJØLGERUD	SANDVIK
Medieforskningens formål	Redegjøre for mottakernes avkodinger og meningsskaping	Avdekke bruken av media og måle bruk og betydning opp mot andre faktorer	Redegjøre for lesing og avkoding	Avdekke verdier og ideologi i teksten	"uavklart"
Metode	Kvalitative intervju + deltakende observasjon	Kvalitative intervju + innholdsanalyse	Resepsjonsstudie, deltakende observasjon + kval. intervju	Innholdsanalyse	Teoretisk
Syn på media	Tekst (+ litt stimulus)	Stimulus + tekst	Tekst og råmateriale for	Tekst	Tekst
Syn på tilskuer/mottaker	Aktiv og samhandlende	Bruker av mediebudskap	Aktiv,	Aktiv	Aktiv, men sosialt strukturert
Sosiale konsekvenser	Motstand (+ litt effekter)	"uavklart"	Motstand	Ideologisk innlemming + (motstand)	Ideologisk innlemming, propaganda
Individuelle konsekvenser	Råmateriale for nytelse og utforming av identitet	Liten betydning, primær, og sekundær-erfaringer viktigere	Råmateriale til nytelse og utforming av identitet	Innlemming av verdier	Påvirkning og manipulasjon
Forsknings-paradigme	"Uses and gratification"/ Innlemming/motstand – <i>dominant seer</i>	"Uses and gratification" Innlemming/motstand – <i>dominant seer</i>	Innlemming/motstand – <i>dominant seer</i>	Innlemming/motstand – <i>(dominant tekst)?</i>	Et sted mellom "Effekt" og <i>dominant tekst (uklart)</i>
Fag/Universitet	Sosialantropologi UiO	Medier og kommunikasjon, UiO	Førskolepedagogikk U i Trondheim	Pedagogikk, UiO	Sosiologi, UiO
År levert	1991	1995	1994	1995	1998

4.3 De historiske oversikter – konstruksjoner av barndom

I mitt materiale er det to "oppgaver" som har ambisjon om å undersøke nærmere hvordan fremstillinger av barn og unge på fjernsyn har endret seg i et historisk perspektiv. Begge oppgavene viser at fjernsynets, nærmere bestemt NRK's, presentasjon av barndom og ungdom har endret seg betydelig fra 1960-åra til 1990-åra. Fokus på *fremstillinger* av barn og unge i fjernsynsmediet er det samme som vi så Oftedal (1986) hadde når hun så etter presentasjoner av ungdomskulturen som kunne speile Thomas Ziehes nye sosialiseringstype.

Marit Haldar

Barndom på boks. Barndomsperspektiver på NRK 1960-1990. (Sosiologi). 1993

Haldar ønsker å si noe om generelle holdninger til barn og ungdom gjennom en analyse av NRK's barneprogrammer.²⁴ Hun har en antakelse om at NRK som en allmenn kringkaster "...befinner seg på et slags mellomnivå slik at ideologier både ovenfra og nedenfra til en viss grad siver inn" (Haldar 1993:46). Håpet er da at "...NRK uttrykker det forholdsvis generelle, ikke som et gjennomsnitt, men gjennom en fortettet form, - en symbolmettet representant." (s. 46). Hun ønsker dermed å forholde seg til fjernsynet som samfunnets *skald*, slik hun selv uttrykker det. På den måten vil presentasjonen av barn og unge i barneprogrammene speile det samfunnet det opererer innenfor. Haldar ønsker å kartlegge det fjernsynsinhold barn i Norge har møtt i perioden 1960-1990, og gjennom det, søke å tegne det eller de barnebilder og barndomsperspektiver hun mener har vært dominerende i perioden (s. 12).

Hennes verktøy for å foreta en slik gjennomgang, er en analyse av NRKs halvårsrapporter i perioden 1960-1990. I tillegg foretar hun en innholdsanalyse av noen enkeltprogrammer fra ulike epoker i NRKs barneprogrammer.

Svar på problemstilling

Studien er en svært omfattende historisk gjennomgang av utviklingstrekk når det gjelder NRKs barneprogrammer. Derfor er det kun mulighet til å gi noen smakebiter på de mest sentrale funnene her.

Gjennom innholdsanalyse av småbarnsprogrammene påviser Haldar en utvikling mot større frihet og mindre styring av barn. Målt i antall programmer var underholdningsprogrammene i overtall helt fram til midten av 80-tallet. De pedagogiske programmene var jevnt oppadstigende og lå på samme nivå som de underholdningspregede omkring 1985 for deretter å synke med bratt helning. NRK har hele tiden prioritert underholdningsaspektet sterkt overfor barn, sier Haldar, men på 70- og første halvdel av 80-tallet ble det lagt vekt på å formidle et pedagogisk innhold i langt større grad enn hva som var tilfellet før og etter denne perioden (s. 186).

²⁴Her kan det være på sin plass å nevne at NRK frem til en bit inn på 80-tallet har vegret seg mot å definere ut en egen ungdomsgruppe i seerflaten (Haldar 1993:80). Når begrepet barn brukes her er det primært myntet på gruppen som Haldar kaller *mellombarn*, barn mellom 7 og 14 år.

Når det gjelder NRKs syn på barn på 1970 og 1980-tallet, finner Haldar forestillinger om barnet som mindre innsiktsfullt, mer unyansert, mer sårbart og ømfintlig med mindre kommunikativ kompetanse og med større behov for direkte, nær kontakt gjennom klar og entydig tale. Før og etter 70- og 80-tallet ser det ut til at man anså barnet som kompetent til å mestre alt dette i større grad. Men det kan også tenkes at man ønsket å utfordre barnet mer, sier Haldar, at en tenkte at barnet tålte å ta inn over seg også "...det de ikke fullt ut forsto" (s. 192). På 70- og 80-tallet ser det også ut til at det primære var å tilføre barn kunnskap, mens kunnskap bare var en del av det totale innholdet i de andre periodene (s. 192).

Haldar finner også at barnas posisjon i NRK har endret seg mye på disse tiårene. Hun finner en bevegelse fra en *underordnet* til en *likestilt* posisjon. Etter hvert tar barna selv over som programledere og finner sin egen form på programledelsen.

Haldars studie gir et meget grundig bilde av ulike utviklingstrekk ved NRKs syn på barn og barndom.

Forståelse av påvirkning

Haldar skriver: "Det er oppsiktsvekkende at fjernsynet i dokumentert forskning anses å ha en relativt begrenset betydning, mens fjernsynets betydning i den allmenne, kulturelle debatten nærmest er altoverskyggende" (s. 42).²⁵ Slik jeg forstår Haldar ser hun fjernsynet først og fremst som en speiling av virkeligheten - som samfunnets *skald*, som nevnt. Det er på dette grunnlaget hun mener å kunne si noe om de rådende perspektiver og forståelser av barn som har vært rådende i ulike tidsepoker, gjennom å analysere NRKs barneprogrammer.

Forskningsperspektiv: Dominant seer

Haldars oppgave er ikke av de enkleste å plassere i ett enkelt *forskningsperspektiv*. Hennes syn på fjernsynet som et "speil" med små muligheter til å påvirke den aktivt meningsproduserende mottakeren, gjør at jeg velger å plassere henne innenfor Innlemming/Motstands-paradigmet, i kategorien *dominant seer*.

²⁵ Det stemmer nok at dette synet var utbredt i 1993 når Haldar skrev sin hovedoppgave, i alle fall innenfor empirisk fundert forskning. Men som vi har sett har utviklingen snudd mer i retning av TV som en betydningsfull påvirker (se f.eks. Silverstone 1994, Abercrombie & Longhurst 1998 og Aardal, Krogstad og Narud 2004).

Dorthe Helene Stramrud

NRKs bidrag til å forme en ungdomskategori: en analyse av ungdomsbildet i Flimra, "Kluzz" og U. (Massekommunikasjon). 1995

Stramrud ønsker å undersøke NRK's konstruksjon av ungdom fra 1970 til 1992 gjennom en innholdsanalyse av tre sentrale ungdomsserier fra hver sin tidsepoke i denne perioden. Med konstruksjon mener hun hvilket bilde av ungdommen NRK søker å formidle gjennom ungdomsprogrammene "Flimra", "Kluzz" og "U". Hun er opptatt av hvordan dette ungdomsbildet har endret seg fra 1970-1992. Stramrud opererer med en forståelse av fjernsynet som et selvstendig og "produktivt skapende medium", som ikke bare er et "vindu mot virkeligheten", men som er med på å forme vårt forhold til virkeligheten (Stramrud 1995:2). Stramrud utleder disse problemstillingene: *"NRK's konstruksjon av ungdommen, 1970-1992". "Hvilket bilde konstruerer NRK av ungdommen gjennom ungdomsprogrammene Flimra, "Kluzz" og U?". "Hvordan har ungdomsbildet endret seg fra 1970-1992?"* (s. 2)

Hun betegner selv innholdsanalysen hun benytter som *tematisk analyse*. "En innholdsanalyse som kan avdekke verdier og mønstre i fjernsynsteksten som forholder seg til aktuelle tema i samfunnet" (Stramrud 1995:10).

Svar på problemstilling

Stramruds sier selv at hennes utgangspunkt er Meyrowitz' (1985) teori, som vi tidligere har diskutert. Det er særlig hans tanker om at fjernsynet, gjennom å bryte ned barrierene mellom grupper, etablerer en form for "middle-region" – et slags rom av "minste felles multiplum" som letter kommunikasjonen mellom ulike grupper.

Stramrud snur litt om på Meyrowitz' teori og hevder at programskaperne i NRK skaper en "argumentativ situasjon" (s. 9). De setter med dette rammer for hvordan ungdom til enhver til skal være, og kan gå aktivt inn for å forme denne alderskategorien. Stramrud trekker frem at NRKs fremstilling av ungdom som aktive og engasjerte, samtidig setter krav til ungdommen som de må forholde seg til. Hun mener at programskaperne gjennom sine programmer trekker ungdommen inn i en form for "middle-region" lisstil. (s. 9). Programskaperne presenterer, på bakgrunn av sin egen kontekst og egne forutsetninger og erfaringer, et bilde av ungdommen som fremstår som deres speilbilde av den virkelige ungdomsdiskursen, hevder Stramrud.

"Hovedtrekkene i utviklingen viser at NRK har endret seg fra å ha en "oppdrager-rolle", via en "terapeutisk-rolle" til en rolle som "livsstilsguide" (s. 136). På 70-tallet

ønsket NRK å være aktivt med i oppdragelsen av ungdommen, ved å presentere dem som aktive i forhold til sitt samfunn. På 80-tallet inntok NRK en mer terapeutisk rolle ved å søke å hjelpe og veilede ungdom som allerede var aktive og engasjerte. Større innsalg av humor og underholdning viser også en oppmykning i forhold til folkeopplysningstanken i NRK. På 90-tallet gir NRK inntrykk av at enkeltindividet har blitt viktigere enn gruppefellesskapet. Den enkeltes opplevelser og følelser settes på dagsorden. Med andre ord, "...guide ungdommen blant den jungel av ulike livsstiler som finnes." (s. 136).

Forståelse av påvirkning

Stramrud mener at ungdomsprogrammene er en del av "virkeligheten" og som sådan vil programmene "speile" strømninger i tiden. Men Stramrud mener ungdomsprogrammene går utover en passiv speiling av samfunnet rundt, og også "konstruerer og former sin egen oppfatning av ungdomsdiskursen" (s. 29). Ungdomsprogrammene gir dermed "sitt eget bidrag, sitt eget prosjekt i forhold til samfunnsutviklingen" (s. 29). Prosjektet går ut på å vise ungdommen hvordan de er. Programskaperne formidler derfor sin egen fortolkning og opplevelse av det å være ungdom. Stramrud mener dermed at ungdomsprogrammene vil "opplyse" og "oppdra" ungdom gjennom å spille på ungdommenes premisser. Stramrud mener disse ungdomsprogrammene er uttrykk for det hun kaller for "orienterings-TV", der hensikten er å vise ungdom hvordan de skal være, som igjen er knyttet til NRK som public service- kanal (s. 29).

Men ikke bare ungdommen blir påvirket av fremstillingene på TV. Hele vår måte å snakke om og oppfatte ungdommen på er sterkt påvirket av den presentasjonen av ungdom som NRK konstruerer, hevder Stramrud. Fjernsynsspråket er med på å forme vårt forhold til "virkeligheten", vår måte å snakke om, og oppfatte ungdommen og dens relasjon til andre alderskategorier.

Svakheten ved Stramruds oppgave, slik jeg ser det, er at hun ikke problematiserer fjernsynets evne til å påvirke. Det hersker sikkert liten tvil om at fjernsynet presenterer bilder av virkeligheten som er en fortolkning og et tendensiøst utsnitt av den, men det er ikke dermed sagt at fjernsynsprogrammer er i stand til faktisk å påvirke ungdom som ser disse programmene i retning av intensjonen. Det er greit at denne påvirkningen ikke er Stramruds fokus i denne oppgaven, men dette viktige spørsmålet diskuteres heller ikke. Det mener jeg er en mangel.

Vi får dermed den "klassiske" problematikken for tekstanalyser: Det er lett å finne diskrepans mellom TV-virkeligheten og den "virkelige" virkeligheten. Når man påviser et

slikt avvik er det nærliggende å anta at mottakerne påvirkes i samsvar med disse ”skjeve” og kanskje også ”ideologiske” framstillingene. Men en slik slutning er langt fra uproblematisk. I Stramruds tilfelle problematiseres forholdet ikke, som nevnt.

Et annet problem med Stramruds problemstilling og hennes forsøk på å besvare den er at hun blander sammen fjernsynet som drivkraft og fjernsynet som uttrykk for samfunnsånden. Hun viser selv hvordan tidsånden endret seg mht. fremtidstro og optimisme fra 70 til 80-tallet, og hvordan dette også påvirket ungdomsprogrammene. Samtidig fastholder hun at fjernsynet var en drivkraft for å initiere mange av disse endrede oppfatninger av ungdom. Dette er problematisk. Det er kanskje like plausibelt å anta at fjernsynet gjenspeiler det gjengse syn på ungdom i den tiden det opererer innenfor, slik Haldar hevder. Stramrud burde i alle fall ha diskutert denne alternative forklaringen på NRKs ungdomsbilder.

Forskningsperspektiv: ”Media er budskapet”

Stramrud sier selv at hennes studie bygger på teorien til Meyrowitz. Hennes syn på fjernsynet som en innstands som omstrukturerer mellommenneskelige samhandlingsformer, og derigjennom får en omformende virkning på samfunnet det opererer innenfor, gjør at jeg plasserer henne i ”Meyrowitz’ paradigme”: ”*media er budskapet*”. Jeg kan imidlertid ikke se at Stramrud tar stilling til om fjernsynets omstrukturerende virkninger virkelig er frigjørende eller ei, så plasseringen i dette paradigmet gjøres under noe tvil.

Konklusjon for de historiske oversikter

Når vi ser på disse to historiske gjennomgangene til Haldar og Stramrud, er det interessant å registrere hvor diametralt forskjellig oppfatning som presenteres mht forholdet mellom fjernsynsmediet og dets publikum og samfunn. Forståelsen av fjernsynets mulighet til å påvirke blir dermed også svært forskjellig. For Haldar er fjernsynet en speiling av virkeligheten. En måte samfunnet samtaler med seg selv på. Haldar ønsker å bruke de presentasjoner av barn og ungdom hun finner i programmene til å fortelle noe om samfunnets syn på barn/unge i en gitt periode. Stramrud derimot trekker frem at ungdomsprogrammene nok er en del av ”virkeligheten” og som sådan vil programmene ”speile” strømninger i tiden. Men Stramrud mener ungdomsprogrammene går utover en passiv speiling av samfunnet rundt, og også *konstruerer og former* sin egen oppfatning av ungdomsdiskursen. (s. 29). Ungdomsprogrammene gir dermed ”sitt eget bidrag, sitt eget

prosjekt i forhold til samfunnsutviklingen” (s. 29). Spissformulert kan vi si at Stramrud ser NRKs ungdomsprogrammer som formende på ungdomskulturen, mens Haldar ser på holdninger og forestillinger om barn og unge i samfunnet rundt som formende på ungdomsprogrammene i NRK.

Det er prisverdig i seg selv, etter mitt syn, at Haldar og Stramrud reflekterer over dette sentrale spørsmålet om forholdet mellom budskapet og dets publikum. Som vi husker var denne klargjøringen fraværende i Oftedals (1986) avhandling der hun også ønsket å avdekke *fremstillinger* av moderne ungdomskultur. Hun var bare interessert i å undersøke *om*, og på hvilken måte, moderne trekk ved ungdomskulturen gjenspeiles i programmer rettet mot ungdom. Det er selvsagt legitimt å konsentrere seg om budskapene, men relevansen av det en finner, vil etter mitt syn, avhenge av om ungdomsprogrammene speiler samfunnet rundt eller går ut over en slik speiling. Nå skal det sies at Oftedal implisitt forutsatte at fjernsynet hadde en ”egen” formende effekt på mottakerne, og innenfor ”effekt”-paradigmet som hun opererer ut fra, er også dette nærmest forutsatt.

Vi ser dermed at det i de ti årene som har gått fra Oftedal skrev sin oppgave på midten av 80-tallet, til Haldar og Bjølgeruds oppgaver på midten av 90-tallet, har skjedd en utvikling mot et større krav til å klargjøre *hvordan* fjernsynet står i forhold til sine seere og samfunnet det opererer innenfor. Og det uavhengig av hvilket resultat man faller ned på i spørsmålet.

Et annet interessant forhold som de to historiske gjennomgangene av ”ungdomsbilder” illustrerer, er forholdet mellom endringer i forskningen på media og endringer i ”objektet” for denne forskningen. Jeg var inne på dette innledningsvis i oppgaven og vi kom fram til at endringer i forskningsperspektiver både/enten kan være et resultat av endringer i objektet for forskningen, eller/og det kan skyldes at perspektivet og brillene vi ser forskningsobjektet med, har endret seg. Både Haldar og Stramrud påviser til dels store endringer i NRKs forestillinger og framstilling av barn- og unge, og de mener begge at dette henger sammen med faktiske endringer i barn og unges forhold til samfunnet rundt seg. Når ”objektet” for forskningen viser seg å ha endret gestalt på denne måten, er dette en viktig innsikt å ta med seg i diskusjonen rundt hvordan forholdet mellom media og mediabrukerne best kan forstås. Slik jeg leser Haldar og Stramrud påviser de en klar utvikling i retning av mer mediekompetente barn og unge. Denne kompetanse kan også betegnes som en form for *medierefleksivitet*, som kan forstås som en "...kjennskap til og kunnskap om ulike sjangere eller subsjangere innen mediekulturen..." (Thomassen 1997:11). Dette dreier seg særlig om en evne til å sjonglere og ironisere og lese

medietekstene intertekstuell - dvs. hvordan "...deler eller hele tegnsystemer overføres fra en medietekst til en annen." (Thomassen 1997:11). Jeg mener at en slik endring i det vi kan kalle *medierefleksiv kompetanse*, er en forutsetning for å kunne gjøre bruk av de mediekulturelle tekstene på en kritisk og kreativ måte. Når denne kompetansen åpenbart har utviklet seg svært mye over de siste tiårene, mener jeg det er et viktig poeng å ta med seg når en skal vurdere lesningen av fjernsynstekster og forstå hvordan disse tekstene virker inn på individ og samfunn. Vi skal vende tilbake til denne diskusjonen i avslutningen av denne oppgaven. Figur 4.3 viser de to historiske oversiktene plassert inn i analysemodellen.

Tabell 4.3 "De historiske oversikter" plassert i feltet

	HALDAR	STRAMRUD
Medieforskningens formål	Avdekke TVs speiling av samfunnet	Avdekke medias endringsmekanismer
Metode	Innholdsanalyse	Innholdsanalyse og kvalitative intervju med programskaperne
Syn på media	Tekst. Samfunnets "skald" (speil)	Både speiler og former samfunnet
Syn på tilskuer/mottaker	Aktiv meningssøkende	Aktiv
Sosiale konsekvenser	Fremmer samfunnets samtale med seg selv	TV former vår oppfatning av virkeligheten
Individuelle konsekvenser	Råmateriale til nytte og glede	Fungerer som rettledning ift livsstil
Forskningsparadigme	<i>dominant seer</i>	"Media er budskapet"
Fag/Universitet	Sosiologi, Universitetet i Oslo	Massekommunikasjon. Universitetet i Bergen
År levert	1993	1995

4.4 Identitetsoppgavene

Den neste gruppen av oppgaver som vi skal tittle nærmere på har *identitet* og *identitetsdanning* som sentrale akser. Det er påfallende at majoriteten av hovedoppgaver fra midten av 90-tallet, der media og unge er tema, alle har identitet som den sentrale analytiske dimensjonen.²⁶

Felles for disse oppgavene som vektlegger identitet og identitetsdanning er at fokus er flyttet fra en sosialiseringsforståelse der individet skal ta til seg kunnskaper fra samfunnet omkring, og som etter hvert skal gjøre det til et samfunnsmenneske, over mot en mer eksistensialistisk og konstruktivistisk forståelse, der individet selv aktivt utformer og konstruerer egen stil og identitet på bakgrunn av de ressurser eller ”råmateriale” som finnes tilgjengelig, bl.a. gjennom media.

Hege Glomnes Jacobsen

Ungdom, medier og identitet. Survey og samtaleintervjuer om ungdomsidentitet i lys av medier og ungdomsserien ”Helene og gutta”. (Sosiologi). 1996

Glomnæs Jacobsen ønsker å kartlegge unges bruk av fjernsynet, og hvordan dette mediet inngår i de unges identitetsdannelse. Problemstillingen blir i samsvar med dette.

For å kunne besvare en slik problemstilling om fjernsynet som identitetsdanner går Jacobsen metodisk bredt til verks, med survey, innholdsanalyse og samtaleintervjuer. Dette for å oppnå ”...en bredere innsikt i dynamikken mellom ungdom og ulike medier” (Jacobsen 1996:31). Hun foretar først en innholdsanalyse av ungdomsserien ”Helene og gutta”, der hun analyserer 26 episoder i serien fra 1993-1995. Det dreier seg om en analyse av seriens tekst, struktur og innhold som har som formål å lette forståelsen av ungdommens utsagn, fortellinger og forståelse av denne serien og genren for øvrig ved den videre resepsjonsstudien (s. 32). Denne analysen munner ut i en forståelse av ”Helene og guttas” narrativ og særskilte tekstskjema.

²⁶ Vi har allerede sett på en hovedoppgave som berør identitet. Det var Vebjørng Tingstads ”TV-titting i et sosialiseringsperspektiv” (1994). Jeg valgte å plassere den under oppgaver om sosialisering fordi sosialisering tross alt er hovedperspektivet i hennes oppgave. Identitetsbegrepet er imidlertid også for Tingstad grunnleggende for forståelsen av sosialisering.

Dernest foretar Jacobsen en liten surveyundersøkelse blant 13åringer ved to ungdomsskoler i Sør-Norge. 153 elever er med i undersøkelsen der Jacobsen søker å avdekke seervaner, programpreferanser og andre individuelle og sosiale variable som kan danne et bilde av hvem som bruker ulike medier – særlig fiksjonsserier (s. 31). Hun ønsker også å utarbeide noen *livsstilstypologier* på bakgrunn av hva ungdommene svarer.

Til sist plukker Jacobsen ut fem ungdommer blant disse respondentene som er spesielt interessert i ”Helene og gutta” for individuelle kvalitative intervjuer. Hun ønsker innsikt i deres ”...egne begreper, fortellinger og forståelse av ”Helene og gutta” i forhold til deres egen identitet” (s. 32). Ved å koble innholdsanalysen opp mot ungdommens egne inntrykk håper Jacobsen også å kunne si noe om 13-åringers *resepsjon* av slike ungdomsserier.

Svar på problemstilling

Jacobsen plasserer seg i en ”semiotisk” tradisjon og sier selv at hun støtter seg på Barthes forståelse av narrative koder (Jacobsen 1996:27). Det dreier seg om dyptgående koder som ligger under selve setningsstrukturen. Barthes opererer med fem slike former for koder: Symbolsk kode, semiotisk kode, referensiell kode, handlingskode og hermeneutisk kode.²⁷

Jacobsen finner at de unge benytter ”Helene og gutta” til å ta *fiktive andres* perspektiv (s. 78). Ungdommene evner å forstå deler av sitt eget selv, sin identitet og livsverden gjennom ”Helene og gutta”. Serien fungerer for ungdommene som ”*markører for ungdomsidentitet*, og som brikker i utformingen av ungdoms identitetsdannelse” (s.105). Jacobsen fant tre typiske livsstiler hos ungdommene: *ustrukturert sosial livsstil*, *organisert sosial livsstil*, *hjemorientert usosial livsstil* (s. 107). Forholdet mellom livsstil, fjernsynsprogrammer og fiksjonsserier viste at ulike ungdomslivsstiler korrelerte ulikt med ulike programmer. Motivene for å se på fiksjonsserier er å få et supplement til den virkelige sosiale kunnskap, og ikke for å trekke seg tilbake fra omgivelsene, hevder Jacobsen. Ungdoms motivasjon for å se TV generelt var i liten grad av ikke-sosial karakter, men snarere sosial, sier Jacobsen videre (s. 107). De som var mest opptatt av ”Helene og gutta”, var ungdom som var mye ute med venner og som hadde vært på fritidsklubb, fest og kafé – det Jacobsen betegner som *ustrukturert sosial livsstil*. Dette kan indikere at

²⁷ Det er ikke rom for å gå nærmere inn på denne inndelingen her.

”...sosiale 13-åringer i større grad enn organiserte eller hjemorienterte, finner mening ved serien i forhold til den ungdomsidentitet de er i ferd med å utvikle og utforske.” (s. 107).

Glomnes Jacobsens bredt anlagte studie med både survey, innholdsanalyse og intervjuer med ungdom gir et solid inntrykk. Med denne fremgangsmåten evner hun å få et godt innsyn til hvordan de unge gjør bruk av fjernsynstekstene og hvordan denne bruken varierer i forhold til ulike egenskaper ved ungdommen og ulike kontekstuelle rammer for avkodingen.

Forståelse av påvirkning

Jacobsen forstår fjernsynstekstene som sentrale i ungdommens identitetskonstruksjon, f.eks. ved å ”...konstruere ungdoms- eller kjæresteidentitet i det virkelige liv gjennom å se på ”Helene og gutta” (s. 78). Som nevnt ovenfor har hun også en forståelse av hvordan bruken varierer i forhold til egenskaper ved ungdommene og den kontekst de inngår i.

Forskningsperspektiv: ”Innlemming/motstands”

Jacobsen sier selv at hun støtter seg på den ”semiotiske tradisjonen” som vi tidligere har sett som grunnlaget innenfor ”cultural studies”. Jeg plasserer henne derfor i den overordede kategorien ”Innlemming/Motstands”-paradigmet. Jeg kan ikke se at det er grunnlag for å si at hun har et syn på ”mottaker” som tilsier en plassering i enten *dominant tekst* eller *dominant seer*.

Lise Juel

Hvilken indflydelse har TV på unge i Danmark?: en analyse af sociale relationer og kulturel identitetsdannelse i forhold til unges medievaner. (Antropologi). 1996

Selv om Jacobsen har en bred metodisk fremgangsmåte for sin studie, som vi så ovenfor, hviler hennes konklusjoner allikevel på at det er mulig å avdekke valid informasjon om fjernsynets posisjon i de unges liv på bakgrunn av den informasjon man får ved å spørre dem.

Opgaven til Lise Juel har nettopp som utgangspunkt at dette er utilstrekkelig informasjon for å avdekke fjernsynets plass i de unges *hverdagsliv* (Juel 1996).

Jeg har valgt å ta med denne ene danske oppgaven i antropologi fra Københavns Universitet, fordi den etter mitt syn så presist adresserer spørsmålet om fjernsynets innflytelse på ungdom, og med et perspektiv om at denne innflytelsen må avdekkes gjennom en forståelse av fjernsynets plass i de unges *dagligliv* (jf. det ”konstruktivistiske” perspektivet beskrevet under teorikapittelet). Juels oppgave har som utgangspunkt at det er

”... i hverdagslivets praksis, at de sosiale relasjoner utfolder seg, og her TV inngår” (Juel 1996:9). Analysen må derfor forankres i beskrivelsen av dette hverdagslivet. I hverdagslivet kommer det mer spesifikt lokale og det globale til uttrykk, hevder Juel. Vi må undersøke hvordan det lokale flettes sammen med det globale, og dette kan best gjøres ved deltakende observasjon blant unge på arenaer der fjernsynstitting inngår, sier Juel. Problemstillingen formulerer hun som: *”Gjennom feltarbeid blant unge 14-17-åringer i Danmark, analysere hvordan TV inngår i deres hverdagsliv”* (s. 4).

Juels oppgave er sammen med Bjerkems (1991), de to eneste som benytter seg av ”deltakende observasjon” i datainnsamlingen. Observasjon i seersituasjonen er i Juels tilfelle gjort med bakgrunn i ungdomsserien ”Beverly Hills 90210”. Dette kombinerer hun med intervjuer av de samme ungdommene.

Juel setter opp to premisser for hvorfor vi bør studere ungdoms fjernsynsbruk: For det første er ungdom en gruppe som er i ferd med å utvikle en egen identitet som voksne, og er derfor svært åpne overfor forandringer. Det er dermed grunn til å tro at de er en gruppe hvor kulturelle forandringer hurtig og tydelig kan avleses. For det andre er TV en naturlig del av de unges hverdagsliv (Juel 1996:5).

For å kunne besvare de to punktene over, fokuserer Juel på to hovedområder, ved å gå ut fra den antagelse at mediepåvirkning er avhengig av to forskjellige prosesser som komplimenterer og påvirker hverandre: Den sosiale atferd omkring TV i unges hverdagsliv, og de unges fortolkning av TV-budskap. Hun vil undersøke empirisk hvordan unge benytter TV som forklaringsmodell, og se om unge orienterer seg mer mot en global enn en lokal kultur. Juel tar utgangspunkt i Featherstone (1995) som hevder at det lokale ikke lenger er "prime referent" for våre erfaringer. Gjennom TV har individet mulighet til å stille de tidligere tradisjonelle kulturelle identitetsoppfatninger i relasjon til andre "nye" kulturer. TV-mediet får dermed betydning for identitetsoppfattelse ved å sette det lokale i forhold til det globale. Mediene makter på denne måten å utvide menneskers muligheter for å speile seg selv i forhold til andre kulturer. F.eks. viser Juel til studier fra Senegal som viser hvordan mediebilder har vært med på å danne et bestemt inntrykk av vesten som igjen har influert på senegalesernes måte å oppfatte seg selv på i forhold til andre (s. 56). Juel hevder med andre ord at mediene utvider vår referansebakgrunn for identitetskonstruksjon fra det lokale til det globale.

Vi kjenner også igjen denne tankegangen fra Ziehe (1993), men kanskje i ennå større grad fra Meyrowitz (1985), om at fjernsynet uthuler grensene mellom det lokale og

det globale og eksponerer mennesker og deres livsførsel for hverandre. En informasjon om andre menneskers livsførsel som uten medias virksomhet ville ha forblitt i det skjulte.

Juel konkluderer med at *Beverly Hills* ikke brukes som plattform til å utforme identitet, fordi den er for annerledes enn ungdommens hverdag i Danmark. Men det betyr ikke at serien ikke "utnyttes" av de unge. Ungdommen avkoder serien for symboler og fremstillinger av situasjoner, for på den måten å få grep på hverdagslivet, sier Juel (s120). Serien brukes som ramme om sosialt samvær eller springbrett til å diskutere andre emner. I de tilfeller der serien skisserer noen mål og muligheter, skaper den drømmer, hevder Juel.

Forståelse av påvirkning

Juel betrakter fjernsynet som en positivt ladet ressurs i de unge liv. F.eks. hevder hun at tv-titting ikke gjør de unge mer voldelige, passive eller skaper problemer, men de unge benytter tv-titting tvert imot som trøst og støtte når de opplever vanskeligheter, eller som rettledning for å håndtere konkrete problemer de står over for. TV er også en flukt bort fra en uhåndterlig hverdag, sier Juel (s. 118).

Juel trekker opp tre måter å betrakte hvordan fjernsynsbudskap omsettes i hverdagen: Et *individuell* plan, et *felles/kollektivt* plan og et *drømmeplan* (s. 100). På det individuelle plan, der individet gjennom bestemte budskap søker å forklare sin egen situasjon, kan serien f.eks. gi seeren mulighet til å relatere sin egen situasjon i forhold til familie-, samfunns- og klasserelasjoner. På det kollektive plan, eller den kulturelle identitetsfølelsen - en oppfattelse av "oss i verden", kan seriene skape et fellesskap omkring seg og en felles referanseramme med rot i en felles fortolkningsmåte. På drømmeplanet skaper seriene visjoner. TV tegner bilder av de muligheter som er, eller ikke er, for de unge. Juel viser til Appadurai som finner at mennesker rundt i verden ser sine liv gjennom et prisme, som speiler de muligheter for et annet liv som tilbys gjennom mediene (Juel 1996:102). Som et resultat herav er fantasien å regne som en sosial praksis, fordi den inngår i skapelsen av et sosialt liv for mange mennesker i mange samfunn. Mennesker har gjennom mediene fått mulighet til å la fantasien "guide" i bestemte retninger. Retninger som skisseres i mediene, sier Juel.

Dette er tanker som vi kjenner igjen fra Thomas Ziehe (1989a, 1993), der barn i senmoderniteten er omgitt av en eksplosjonsartet økning av viten som en er tvunget til å forholde seg til i eget liv.

Forskningsperspektiv: "Dominant seer" / ("Konstruktivistisk perspektiv")

Gjennom sitt fokus på hverdagsliv og nødvendigheten av å forstå medieringsprosessen ved å studere de unges bruk av fjernsynsbudskapene i deres daglige virke, kommer Juel nærme å innfri idealene innenfor det "konstruktivistiske" perspektivet. Men etter mitt syn klarer hun ikke i praksis helt å innfri kravet om å forstå fjernsynet som fullstendig innskrevet i en vev av kulturelle uttrykk, eller "*mediascapes*" som det ofte betegnes (Morley 1999). Juel har, på tross av sin forståelse av å kontekstualisere mediebudskapene, fremdeles fokus på avkoding av ett program, og forsøker å forstå lesningen av dette enkeltprogrammet. Jeg mener derfor at Juel mest hører hjemme innenfor den 2. generasjonen av "cultural studies", eller det jeg har betegnet som *dominant seer*.

Anniken Larsen

"Det tredje øyet": En studie av ungdom, identitetsutvikling og refleksivitet i det senmoderne samfunn. (Pedagogikk). 1998

Larsen har skrevet en hovedoppgave i pedagogikk med en noe annerledes innfallsvinkel til spørsmålet om identitetsutvikling i det senmoderne samfunnet. I stedet for å rette søkelyset på ungdommer flest, har Larsen sett på personer som på en særlig tydelig måte har blitt konfrontert med bilder av seg selv, og dermed blitt "tvunget" til å se seg selv fra utsiden, eller med andres øyne. Larsen foretar kvalitative intervjuer med deltakerne i serien *Tur/retur*, sendt på NRK 1 vårrparten 1995. Serien består av fem ungdommer på interrail rundt i Europa som følges fra uke til uke over en periode på tre måneder. Ungdommene er i alderen 18-21 år og filmes mens de bedriver ulike aktiviteter i fellesskap, kombinert med intervjuer med hver enkelt. Serien er en slags blanding av "facta(real)" og "fiction"; såkalt "*faction*" (Larsen 1998). Programkonseptet er en form for iscenesatt virkelighet der man spiller seg selv innenfor rammene av en realistisk, men fiktiv iscenesatt situasjon, og der det ikke finnes noen fastsatte replikker eller manus.

Larsen foretar så "kvalitative forskningsintervjuer" av disse ungdommene hver for seg etter hjemkomsten for å få innblikk i deres tanker og opplevelser. I tillegg valgte Larsen å vise klipp fra TV-serien for hver enkelt av informantene hun benyttet, der informanten selv var med, og senere be dem om å kommentere disse scenene.

Larsen tar utgangspunkt i nyere teorier om det senmoderne, fortrinnsvis slik det legges ut gjennom teoriene til Anthony Giddens, Ulrich Beck og Thomas Ziehe. I disse er refleksivitet trukket fram som et sentralt trekk ved det senmoderne selvet i vår kultur (som vi tidligere har diskutert). Larsen ønsker å undersøke hvilke konsekvenser denne

refleksiviteten har for individets identitetsutvikling. Problemstillingen for oppgaven er å belyse: *Refleksivitetens konsekvenser for individets identitetsutvikling i det senmoderne samfunn* (Larsen 1998:2).

”Den empiriske analysen belyser hvordan refleksiviteten kommer til uttrykk gjennom informantenes fortellinger om seg selv og sine opplevelser, og hvilke konsekvenser refleksiviteten kan ha for deres identitetsutvikling” (Larsen 1998: i forordet). Larsen mener at studien også kaster lys over refleksivitet og identitetsutvikling generelt i det senmoderne samfunnet.

La meg først sette et lite spørsmålstegn ved problemstillingen til Larsen, som jeg synes kan fortone seg som en smule tautologisk. Det forutsettes på en måte at refleksivitet og identitet skulle være ulike størrelser, der det første skulle virke inn på det andre. Slik jeg forstår det (og jeg tror ikke jeg er alene) er selvets refleksive trekk snarere en komponent i individets identitet, og dermed også selv en del av den identiteten som ”skal utvikles”, slik Larsen ser det. På den måten inneholder det som skal påvirkes allerede det som skal påvirke, og da har vi et problem. Dessuten er det vel også Larsens poeng, i alle fall hvis hun støtter seg på de nevnte teoretikerne; Giddens, Beck og Ziehe, at den refleksive innstillingen er et av de sentrale trekk ved det senmoderne mennesket, og da må denne innstillingen også regnes som en del av personens identitet (jf Beck, Giddens og Lash 1994, Ziehe 1993).

Lar vi imidlertid dette problemet ligge, har Larsen som nevnt en spennende innfallsvinkel til sin problemstilling. Hennes tanke er at mennesker som har sett seg selv på TV har fått en utvidet mulighet til å se seg selv ”utenfra”, eller med andres øyne, og derigjennom fått en særlig mulighet til selvtematisering og refleksjon over seg selv (Larsen 1998:62). Larsen sier at hun er klar over at personene som deltok i serien sannsynligvis var plukket ut fordi de fra før var verbale og i stand til å tematisere seg selv (s. 62). Her vil jeg skyte inn at dette kan være et viktig poeng i forhold til eventuell generaliserbarhet for studien. Selv om dette er en kvalitativ studie, ønsker Larsen også å si noe om unges identitetskonstruksjon i det senmoderne samfunnet. Da kan det være problematisk å basere forståelsen av dette sakskomplekset på personer som avviker vesentlig fra ungdom flest mht. refleksivitet – som hun ser som særlig sentralt i forhold til identitetskonstruksjonen i senmoderne samfunn.

Svar på problemstilling

Når det gjelder identitetsutforming, finner Larsen at det er et sentralt skille mellom ungdommer som skaper seg selv i *eget bilde*, dvs. bruker andre til å bekrefte seg selv, og som utløser for refleksiv selvtematisering, og ungdommer som skaper seg selv *gjennom andres bilder*, dvs. orienterer seg etter fremsatte ideal og mennesker i mediene og identifiserer seg med en livsstil formidlet gjennom medier og andre jevnaldrende. Den første kategorien bruker andres tilbakemeldinger til å bekrefte seg selv og dermed bli bedre kjent med den en er, eller eventuelt til å justere det en måtte være misfornøyd med. Den siste kategorien bruker andres bilder som idealer de strekker seg mot.

Larsen finner på dette grunnlaget at det er mulig å utlede to idealtyper mht. informantene: *fleksible* og *styrte navigatører*. Fleksible navigatører benytter refleksiviteten til positiv selvutfoldelse og kreativt rollespill. Styrte navigatører synes å bli styrt av andre, eller oppfatningene de har av andre. De blir dermed ikke autoriteter i egen identitetsutvikling, hevder Larsen.

Larsen mener at disse resultatene peker i retning av Ziehes teori om en *positiv* og en *negativ narsissisme*. ”Identitetsutvikling skjer i spenningsfeltet individ - samfunn, og bærer preg av ambivalensen som viser seg på sosialt og kulturelt nivå.”(Larsen 1998: sammendraget). De fleksible navigatørene utnytter sin narsissistiske mulighet. Styrte navigatører er mer orientert mot andre, eller bildene av andre. Dermed kommer de i fare for å bli styrt av andre i deres prosess mot å skape seg selv, og de utnytter dermed ikke sine narsissistiske muligheter. Undersøkelsen bekrefter at både *subjektivering* og *estetisering*, i Ziehes betydning, er typer av kulturelle orienteringsforsøk ungdommene benytter seg av.

Oppgaven til Larsen er interessant å lese og viser hvordan typiske ”Ivory tower”-teorier kan prøves ut på et empirisk materiale. Problemet er at det er abstrakte begreper som her er i omløp, og det er ikke lett å operasjonalisere dem empirisk. Undersøkelsen til Larsen påberoper seg å ha funnet at refleksiviteten er større nå enn den var før. Mye tyder vel på at så er tilfelle, som vi tidligere har diskutert, men det er ikke like lett å påvise empirisk. At mennesker tenker om seg selv, sin situasjon, forholdet til andre mennesker og hvordan andre ser en, er sannsynligvis like gammelt som mennesket selv. Men noe er også nytt, og oppgaven til Larsen har en god gjennomgang av teoriene rundt dette. Når hun skal finne dette i sin empiri, halter det noe, etter min mening. For å kunne si noe om nye tendenser mht refleksivitet ville det jo strengt tatt vært nødvendig å foreta empiriske undersøkelser før og nå. Dette gjør ikke Larsen.

Forståelse av påvirkning

Larsen forstår mediabudskapene som råmateriale som ungdommene benytter til å forstå seg selv og den sammenheng de inngår i, og til utvikling av identitet. På den måten ses fjernsynsmediet som en sentral komponent og bidragsyter til å akselerere den refleksive og narsissistiske innstillingen til mennesker i senmoderniteten.

Forskningsperspektiv: "Media er budskapet"

Under tvil velger jeg å plassere Larsen under perspektivet: "media er budskapet" på grunn av hennes tilslutning til Meyrowitz. Hun har også en grunnleggende forståelse av fjernsynet som en instans som speiler og eksponerer seerne for andre mennesker som jeg synes er forenelig med dette paradigmet.

Marianne Skogerbø

Interaktiv identitet. - en kulturteoretisk drøfting av informasjons- og kommunikasjonsteknologiens betydning for ungdoms identitetsutvikling. (Pedagogikk). 1998

Skogerbø ser på hvordan informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT) kan være en "...mulig kulturell endringsfaktor for ungdoms identitetsdannelse" (Skogerbø 1998:11). Jeg har valgt å ta med denne ene oppgaven selv om den ikke har noen egen diskusjon av fjernsynets posisjon, men i stedet hovedsakelig omhandler Internett's muligheter for å skape nye sosialiseringsbetingelser. Imidlertid gjør denne oppgaven et poeng ut av at nye kommunikasjonsmedier som Internett innebærer noe kvalitativt nytt og kommer dermed etter mitt syn i skade for å tegne et noe foreldet og karikert bilde av fjernsynet og dets betydning. Dette er et perspektiv jeg ofte har støtt på i ulike diskusjoner rundt betydningen av nye medier, og jeg har derfor valgt å ta med oppgaven til Skogerbø for å berøre dette tema om fjernsynet i forhold til andre nye(re) medier.

Metodisk har Skogerbø primært en teoretisk tilnærming til spørsmålet om IKT's betydning for unges identitetsdannelse. Oppgaven illustreres imidlertid med et empirisk materiale basert på en virtuell virkelighetsapplikasjon, kalt "CyberCity", laget av Telenor Forskning og Utvikling. Byplanlegging er ideen bak. Spillerne skal planlegge byen best mulig. Det er foretatt gruppeintervjuer med 12 ungdommer i 2. klasse på en videregående skole i Oslo-området, som har testet ut spillet. Sitater fra intervjuene trekkes inn i de teoretiske drøftingene som eksempler og utdyping av de teoretiske funnene.

Svar på problemstilling

Utgangspunktet for Skogerbø er at IKT skaper nye sosialiseringsarenaer, som legger premisser for kommunikasjon og samhandling mellom mennesker. Ifølge Skogerbø befinner vi oss i en brytningstid i forhold til barn og unges påvirkning mht. sosialisering og identitetsutvikling. Mediene har blitt viktige sosialiseringsarenaer for de unge, som må forholde seg til mange ulike medier daglig. Dette gjør dem til kompetente mediebrukere. ”*Interaktivitet* er et nøkkelord i denne sammenheng, fordi ”interaktivitets”-aspektet ved IKT kan sies å medføre endringer i kommunikasjonsmønsteret på en måte som gjør brukeren til både mottaker og produsent”. (Skogerbø 1998: i forordet). ”Hva skjer med ungdoms identitetsdannelse når stadig mer av deres sosialisering foregår gjennom interaktive medier?”, spør Skogerbø retorisk (s. 2).

Gjennom Cyberspace har de unge mulighet til å spille og prøve ut ulike sider ved livet uten særlig stor risiko, forteller Skogerbø. Den økte risikoen er av Ulrich Beck trukket frem som et trekk ved dagens samfunn. Dette kan dermed forklare nettets popularitet, hevder Skogerbø. Hun trekker frem at de nye interaktive mediene (Cyberspace) gir en deltakelse, og mulighet til å samhandle med det medierte, ”og kan ha en dobbeltrolle i form av å være både mottaker og produsent.” (s. 5).

Allerede her ser vi etter mitt syn presentert et foreldet syn på andre medier, som f.eks. fjernsyn. Avkodning av mediebudskap er aldri en passiv aktivitet, men en aktiv konstruksjon og *produksjon* av mening på grunnlag av de polysemiske (meningsmangfoldige) tekstene. Brukeren blir på den måten også ”medprodusent” av budskapene også fra andre medier enn Internett. Gjennom Internett blir dette bare mer konkret og tydelig illustrert.

Skogerbø viser at IKT skaper nye sosialiseringsarenaer der ungdom kan prøve ut ulike sider ved egen identitet. De teknologiske innovasjoner, slik som Internett, vil kunne tilføre nye erfaringsdimensjoner til virkeligheten (Skogerbø 1998).

Dette er jeg selvsagt enig med Skogerbø i. Når det gjelder Nettets mulighet til å gi rom for utprøving av ulike sider ved egen identitet på en trygg måte, er jeg også usikker på hvor genuint nytt dette er. Barn og unge har alltid gjennom leken kunnet spille ut alternative roller og identiteter. Gjennom Internett har denne leken bare fått en ny arena å spille på. Jeg er imidlertid enig med Skogerbø i at anonymitetsaspektet ved Nettet innebærer noe nytt. Muligheten for å ”bedra” uten å bli avslørt ser ut til å være en ny dimensjon i leken som det er spennende å undersøke konsekvensene av.

Forståelse av påvirkning

Skogerbø mener at Internett skaper nye rom for utvikling av identitet, som nevnt over. Hennes teoretiske utlegning hviler på en forestilling om at det er medias endringer i de strukturelle rammene for kommunikasjon, som er dets viktigste (på)virkning i samfunnet.

Forskningsperspektiv: "Media er budskapet"

Av de samme grunner som nevnt ovenfor er det mest naturlig å plassere Skogerbø innenfor "*media er budskapet*". Imidlertid har hun ikke det samme positive perspektivet som Meyrowitz gir uttrykk for mht "avkastningen", eller det frigjørende potensialet, av denne virkningen av medias virksomhet. Skogerbø kommer inn på at IKT også fremmer en *simulasjonskultur* der visuelle opplevelser gjør det problematisk å fastholde en konstant forestilling om hvem en er. I virtuelle rom har man parallelle identiteter som eksisterer side om side, og det kan skape problemer for brukerne å "...håndtere de ulike sidene ved seg selv", hevder Skogerbø (s. 88). Jeg skal ikke gå videre inn på akkurat den diskusjonen her, men bare påpeke at plasseringen i perspektiv også her er foretatt under noe tvil.

Konklusjon på identitetsoppgavene

De fire oppgavene som jeg har presentert og diskutert under denne bolken består av én oppgave i sosiologi, én i Antropologi (Københavns Universitet) og to oppgaver i pedagogikk. De er alle levert i perioden fra 1996 til 1998.

Både Jacobsen og Juel har jeg plassert innenfor "Innlemming/Motstands"-paradigmet, pga deres forståelse av at lesningen av fjernsynstekster ikke foregår i et vakum. Vi kunne registrere en utvikling fra Jacobsens til Juels oppgave: Jacobsen forstår de unges avkodinger av fjernsynstekstene som avhengig av egenskaper ved ungdommene og den kontekst de er situert i, og at forskeren kan få innsikt i hvordan medietekstene benyttes ved å spørre ungdommen selv. Juel derimot har en oppfatning av at dette er utilstrekkelig og benytter seg av deltakende observasjon for å forstå fjernsynstekstenes innskrivning i ungdommens dagligliv. Dette er etter min vurdering en klar metodisk forbedring som gir viktige nye innsikter. Ved bare å spørre ungdommene om hvordan de gjør bruk av fjernsynstekstene, begrenses ens innsikter til det ungdommene selv klarer å sette ord på. Selv med en forståelse av hvordan fjernsynsbudskapene fungerer i en kontekst, vil en ikke etter mitt skjønn klare å trenge inn til disse innsiktene bare ved å spørre ungdommene. Deltakende observasjon gir mulighet til å forstå mediebudskap som situert i det Morley (1999) kaller "the cultural community" av intertekstualitet. På den måten kan forskeren trenge inn i de ulike diskurser som mediebudskap inngår i.

Larsen og Skogerbøs oppgaver har jeg plassert innenfor ”*media er budskapet*” pga deres syn på media, først og fremst som en endrer av menneskers rom for samhandling. Oppgavene er imidlertid ikke like klargjørende som Jacobsens og Juels i forhold til å forstå medias posisjon i ungdoms liv. Tabell 4.4 viser oppgavene plassert i analysemodellen.

Tabell 4.4 ”Identitetsoppgavene” plassert i feltet

	JACOBSEN	JUEL	LARSEN	SKOGERBØ
Medieforskningens formål	Redegjøre for mottakernes lesing og innlemming i deres liv	Redegjøre for mottakers lesning i dagliglivets kontekst	Avdekke medias innvirkning på identitetsutforming	Avdekke medias innvirkning på identitetsutforming
Metode	Survey, innholdsanalyse, kvalitative intervju	Deltakende observasjon og kvalitative intervju	Teorigjennomgang Kvalitative intervju	Teoretisk + gruppeintervju
Syn på media	Tekst og råmateriale	Tekst og råmateriale	Råmateriale og (stimulus)	(IKT) skaper nye samhandlingsrom for utprøving av identitet
Syn på tilskuer/mottaker	Aktiv og meningssøkende, sosialt strukturert (særlig kjønn og ”sosalitet”)	Aktiv meningssøkende	Sosialt situert rollespiller	Refleksiv og identitetsøkende
Sosiale konsekvenser	Innlemming og bruk	Motstand	Speiling og omforming	Skaper nye samhandlingsformer
Individuelle konsekvenser	Råmateriale til utforming av identitet	Råmateriale til nytelse, trøst og drømmefabrikk	Materiale til selvtematisering og identitetsutforming	Råmateriale til identitetsutforming
Forskningsparadigme	Innlemming/motstand	Innlemming/motstand ”dominant seer”/ (Konstruktivistisk)	”Media er budskapet”	”Media er budskapet”
Fag/Universitet	Sosiologi. Universitetet i Oslo	Antropologi. Københavns Universitet.	Pedagogikk. Universitetet i Oslo	Pedagogikk. Universitetet i Oslo
År levert	1996	1996	1998	1998

4.5 **Forming av mediebudskap - påvirkning den andre veien.**

Linn Heidi N. Lunde

Reklamebarn er ikke som andre barn! En studie av barn i reklame og reklame i barn. (Sosiologi). 1997

Den siste oppgaven jeg har valgt ut er interessant på den måten at hele påvirkningsspørsmålet snus på hodet. Lunde sier hun ikke er interessert i hvordan reklamen måtte virke inn på barn. I stedet har hun snudd den tradisjonelle effektforskningen rundt, og spør "...hvordan forestillinger om barn virker inn på reklamens utseende." (Lunde 1997:2). I forlengelsen av denne problemstillingen vil Lunde "...se reklamens forestillinger om barn som uttrykk for mer generelle og kanskje "seiglivede" barndomsmyter."(s. 3). Reklamen tilpasser seg samfunnet rundt og forteller noe om dette, og "...speiler holdninger og verdier i samfunnet på en subjektiv og selektiv måte", hevder Lunde (s 4).

Metoden hun benytter er innholdsanalyse av fjernsynsreklametekster. Hun kaller dette for *narrativ analyse*, basert på en modell av Barthes (Lunde 1997: 35). Narrativer forstås her som universelle strukturer som finnes i alle samfunn - som språk. Fjernsynet er narrativt dominert i sin form, og Lunde ser etter slike strukturer i fjernsynsreklametekstene.

Svar på problemstilling

Vi ser at Lunde er på linje med Haldar i sin forståelse av påvirkningsforholdet mellom fjernsynsbudskap og samfunnet rundt. Jeg tror reklamen i liten grad selv opererer som myteprodusent, sier hun, den tar snarere tak i "...ideér og forestillinger som allerede ligger i samfunnet, og kan slik ses på som en mytereprodusent" (s. 33). Lunde avviser altså ikke kategorisk at fjernsynsreklamen – eller snarere produsentene av den – kan spille en selvstendig rolle som skaper av forestillinger og myter, men at dette ikke er den typiske måten reklamen opererer på overfor samfunnet.

Det interessante spørsmålet her er etter min mening hvor reklamebransjen henter de mytene Lunde finner i reklamen, og hvordan bransjen velger å vektlegge dem. Jeg er enig med Lunde i at reklamebransjen ikke finner opp forestillinger og myter på egen hånd, men ved sin måte å plukke opp kulturelle tendenser i samfunnet på og reproducere dem som "sannheter" overfor et stort publikum, vil deres virksomhet innebære en betydelig grad av innflytelse/makt over hva som er gjeldende kulturelle normer i samfunnet.

Lunde finner videre at reklamen rendyrker de kjønnsstereotype trekkene ved reklamebarna og de verdener barna er plassert i. Derfor kan vi snakke om to fundamentalt forskjellige fortellerstrukturer i reklame til barn: En feminin og en maskulin fortelling, hevder Lunde.

Forståelse av påvirkning

Vi har sett at Lunde er på linje med Haldar ved å betrakte fjernsynsbudskapene som speilinger av holdninger og verdier som allerede eksisterer i samfunnet. Men Lunde fremhever at denne speilingen ikke er nøytral, men snarere selektiv og tendensiøs.

Forskningsperspektiv: "Dominant seer"

Lunde har fokus på medietekstene, og sier lite om avkodingen av disse tekstene, men med sine røtter i semiotisk tekstanalyse av narrative koder, mener jeg hun hører hjemme i Innlemming/Motstands"-paradigmet. Hennes vekt på at tekstene speiler virkeligheten plasserer henne videre under kategorien *dominant seer*.

Konklusjon – forming eller speiling?

Det som er særlig interessant med Lundes oppgave er nettopp forståelsen av at medietekstene speiler virkeligheten de opererer innenfor. Som nevnt er hun her på linje med Haldar. Vi så at Stramrud tilla media større evne til selv å forme.

Spørsmålet om media "bare" speiler samfunnet det opererer innenfor, eller selv er med på å forme og omforme dette samfunnet er på en måte spørsmålet om "høna eller egget" nok en gang. Media må nødvendigvis hente inspirasjon til sine tekster fra samfunnet rundt, men de medierte framstillingene vil aldri være et rent speilbilde av "virkeligheten". Hvordan media skal forstås i forhold til samfunnet det opererer innenfor, og hvordan påvirkningen mellom dem best kan forklares, er egentlig del av det samme spørsmålet som denne oppgavens grunnleggende utfordring: Hvordan skal vi forstå betydningen av fjernsynet i unge menneskers liv? Jeg vil ta opp dette spørsmålet i det siste kapittelet. I tabell 4.5 har jeg plassert Lunde i modellen.

Tabell 4.5 Forming av mediebudskap – Lunde plassert i feltet

	LUNDE
Medieforskningens formål	Redegjøre for reklameteksters speilinger av barndommen
Metode	Semiotisk tekstanalyse
Syn på media	Tekst og råmateriale
Syn på tilskuer/ mottaker	Aktiv og meningssøkende
Sosiale konsekvenser	Motstand
Individuelle konsekvenser	Råmateriale til nytelse og utforming av identitet
Forskningsparadigme	”Innlemming/Motstand” <i>dominant seer</i>
Fag/Universitet	Sosiologi. Universitetet i Oslo
År levert	1997

4.6 Oppsummering fra analysen av hovedoppgavene

Min gjennomgang og drøfting av hovedoppgavene har så langt hatt som siktemål å tegne et bilde av hva som har vært tema og fokus innenfor studiet av media og barn/unge på hovedfagsnivå i perioden 1986 til 1998. Videre har jeg i analysen forsøkt å bestemme hvor oppgavene plasserer seg i forhold til noen sentrale spørsmål rundt synet på media og medias betydning for samfunn og individ. Forståelsen av om, og på hvilken måte, media og særlig fjernsynet påvirker barn og unge har vært et særlig interessefelt. På grunnlag av hvordan oppgavene har ”besvart” disse analyttiske spørsmålene, har jeg plassert dem i min analysemodell som er ment som en klargjøring av forskningsperspektiver innenfor dette forskningsfeltet. Oppgavene har også vært drøftet opp mot hverandre, særlig innenfor de ulike gruppene, men også i noe grad mellom gruppene, og vi har sett avtegnninger av noen utviklingstrekk innenfor den samme tematikken.

La oss nå løfte blikket og se hvilke mønster og endringer vi kan få øye på når vi betrakter alle oppgavene under ett. I tabell 4.6 har jeg satt opp alle de 16 hovedoppgavene kronologisk. I tillegg til de objektivt gitte egenskapene; *år*, *fagfelt*, *universitet* og valg av *metode*, har jeg også tatt med variablene *forskningsperspektiv* og *individuelle konsekvenser* av medias virksomhet. Disse to variablene er de mest beskrivende mht forståelsen av påvirkningsspørsmålet. Noen av oppgavene var som vi husker ikke mulig å plassere

innenfor ett enkelt perspektiv, og noen er det også knyttet usikkerhet til plasseringen av. Dette har jeg antydnet med et spørsmålstegn etter perspektivet.

Tabell 4.6 Alle hovedoppgavene etter år, fag, universitet, forskningsperspektiv og "individuelle konsekvenser av media"

Navn	År	Fagfelt	Universitet	Metode	Forskningsperspektiv	Individuelle konsekvenser
Oftedal	1986	Sosialpedagogikk	UIO	Innholdsanalyse	<i>Effekt</i>	Blir formet av media, oppdragelse
Wolther	1986	Sosialpedagogikk	UIO	Innholdsanalyse	<i>Effekt + ("uses and gratification")</i>	Modellering og rollelek, Oppdragelse
Eckblad	1986	Pedagogikk	UIO	Innholdsanalyse	<i>Effekt</i>	Sosialisering
Rodin	1987	Sosialpedagogikk	UIO	Semiologisk bildeanalyse, intervju	<i>Effekt + dominant tekst</i>	Sosialisering, modellering
Bjerkem	1991	Sosialantropologi	UIO	Kvalitative intervju + deltakende observasjon	"Uses and gratification" + <i>Dominant seer</i>	Råmateriale for nytelse og utforming av identitet
Haldar	1993	Sosiologi	UIO	Innholdsanalyse	<i>Dominant seer</i>	Råmateriale til nytte og glede
Tingstad	1994	Førskolepedagogikk	Univers. i Trondheim	Resepsjonsstudie, deltakende observasjon + kval. intervju	<i>Dominant seer</i>	Råmateriale til nytelse og utforming av identitet
Kløvstad	1995	Medier og kommunikasjon	UIO	Kvalitative intervju + innholdsanalyse	"Uses and gratification" + <i>Dominant seer</i>	Liten betydning, primær, og sekundær-erfaringer viktigere
Bjølgerud	1995	Pedagogikk	UIO	Innholdanalyse	"Innlemming/Motstand" – (<i>Dominant tekst</i>)?	Innlemming av verdier
Stramrud	1995	Masse-kommunikasjon	UIB	Innholdsanalyse og kvalitative intervju med programskaperne	"Media er budskapet"	Fungerer som rettleiding ift livsstil
Jacobsen	1996	Sosiologi	UIO	Survey, innholdsanalyse, kvalitative intervju	"Innlemming/Motstand"	Råmateriale til utforming av identitet
Juel	1996	Antropologi	Københavns Universitet	Deltakende observasjon og kvalitative intervju	<i>Dominant seer</i> + "Konstruktivistisk"-perspektiv	Råmateriale til nytelse, trøst og drømmefabrikk
Lunde	1997	Sosiologi	UIO	Semiotisk tekstanalyse	<i>Dominant seer</i>	Råmateriale til nytelse og utforming av identitet
Sandvik	1998	Sosiologi	UIO	Teoretisk	Et sted mellom <i>Effekt</i> og <i>dominant tekst</i> (uklart)	Påvirkning og manipulasjon
Larsen	1998	pedagogikk	UIO	Teorigjennomgang, kvalitative intervju	"Media er budskapet"	Materiale til selvtematisering og identitetsutforming
Skogerbo	1998	Pedagogikk	UIO	Teoretisk + gruppeintervju	"Media er budskapet"	Råmateriale til identitetsutforming

80-tallet: forming og effektiv pedagogikk

Det mest markante trekket ser ut til å være bruddet rundt 1990. På 80-tallet dominerte ”effekt”-perspektivet og den dominerende forståelsen var at fjernsynet formet og sosialiserte individet. Seeren betraktes som passiv i møte med fjernsynsbudskapene, og det problematiseres i liten grad om programmene påvirker mottakerne på ulike måter avhengig av forskjellige egenskaper ved mottaker og kontekst. Det er viktig å påpeke at de fire oppgavene i mitt materiale som er skrevet før 1990, alle er levert innenfor de pedagogiske fagene (tre i sosialpedagogikk, en i pedagogikk). Det er nok også en viktig årsak til det store fokuset på fjernsynet som ”pedagog”. Alle disse oppgavene er opptatt av at fjernsynet har en rolle å spille i forhold til å overføre gode normer og verdier til barn og unge, og det bør også skje på en pedagogisk god måte for å være *effektivt*.

Metoden som benyttes er innholdsanalyse, og her ligger nok også noe av årsaken til at mottakeren ses som passiv og lettpåvirkelig. Det er ikke sånn i disse oppgavene at slutningene mht fjernsynets påvirkning trekkes på grunnlag av empiriske funn på. Det forutsettes mer eller mindre at det er slik. En av disse oppgavene (Rodin) baserer seg riktignok både på teorier og metodikk fra ”Innlemming/Motstands”-paradigmet, i tillegg til ”Effekt”-paradigmets, men faller litt vaklende ned på en forståelse av mottakeren som ”svak” og teksten som *dominant*. I sine konklusjoner blir hun mer i overensstemmelse med ”effekt”-paradigmets synspunkter, slik jeg leser henne. Dette kan etter mitt syn være et uttrykk for et generelt trekk ved dette materialet. Hovedfagsstudenter har en tendens til ”falle tilbake” på et ”tidligere” perspektiv enn teorien og metodikken de benytter seg av tilsier. Når jeg bruker begrepet tidligere her, er det på bakgrunn av en forståelse av at medieforskningens perspektiver utvikler seg i retning av en stadig bedre forståelse og metodikk for å beskrive sitt forskningsobjekt. Dette er som tidligere nevnt i overensstemmelse med Abercrombie & Longhursts (1998) forståelse av paradigmer.

90-tallet: Medproduksjon og nytelse

Når vi kommer inn på 90-tallet legger vi særlig merke til at de fire første oppgavene (1991–1995) alle opererer innenfor ”dominant seer”-perspektivet, selv om to av dem gjør det i kombinasjon med en ”uses and gratification”-forståelse. De har alle fire et syn på fjernsynet som ”råmateriale for nytelse og utforming av identitet”, om enn i litt ulik språkdrakt. Nå har synet på mottakeren skiftet markant fra å bli sett som passiv og lettpåvirkelig på 80-tallet, til å bli sett som en aktiv *medprodusent* av den ”endelige” meningen som fjernsynstekstene leverer. Disse fire oppgavene er levert innenfor fire ulike

fag, så hvis en skal trekke en konklusjon på grunnlag av det, må det være at strømningene fra det jeg tidligere har omtalt som den andre generasjonen innenfor resepsjonsstudiene, der særlig Fiske har vært en markert skikkelse, har slått kraftig i gjennom på ulike institutter og universitet. Dimensjonen ”universitet” vil imidlertid ikke bli tillagt vekt i denne analysen pga det lille utvalget av oppgaver utenfor Universitet i Oslo. Bare tre av oppgavene er skrevet ved andre universitet, og en av dem dessuten i Danmark, så her blir utvalget for spinkelt til å kunne trekke noen slutninger.

Også for disse oppgavene ser vi at metode og perspektiv ofte går hånd i hånd. Alle oppgavene, bortsett fra Haldars, benytter kvalitative intervju/resepsjonsstudier som datagrunnlag. Da er det som vi tidligere har vært inne på, enklere også å få øye på alternative måter å nyttiggjøre seg fjernsynstekstene på.

Videre er det interessant å legge merke til at to av disse fire kandidatene kombinerer ”uses and gratification” med *dominant seer*-perspektivet. I praksis, i alle fall for hovedfagsstudenter, ser det ikke ut til å være noe motsetningsforhold mellom det i utgangspunktet behavioristiske ”uses and gratification.” og det kritiske ”cultural studies”-baserte *dominant seer*. Det er kanskje ikke så underlig, for i praksis kan nok forestillingene om en aktiv seer som nyttiggjør seg mediebudskapene til *bruk og tilfredsstillelse*, minne mye om en *leser* som skaper mening ut av den polysemiske teksten mer eller mindre etter eget forgodtbefinnende. I alle fall kan det kanskje se slik ut hvis en ser det litt ”utenfra”.

Slutten av 90-tallet: svinger pendelen tilbake?

Når vi vender blikket mot de resterende åtte oppgavene er bildet straks mer broket mht tidsdimensjonen. Metoder og perspektiv varierer, og det er heller ikke særlig oppsiktsvekkende. Vi snakker om et forholdsvis kort tidsspenn på tre år (1995 – 1998), og det er for kort tid til å se noen form for utvikling mht perspektiv. Vi legger også merke til at vi får innslag av oppgaver som tillegger fjernsynet større påvirkningskraft; to som grenser mot *dominant tekst*; og hele tre som opererer innenfor Meryrowitz’ forståelsesramme, det jeg her har kalt for ”media er budskapet”. I tråd med Meyrowitz’ må disse tillegges en forståelse i retning av et fjernsynsmedium med betydelig omstrukturerte egenskaper, og følgelig også med stor evne til påvirkning. To av disse oppgavene, Larsens og Skogerbøs, er levert i 1998, de seneste i mitt materiale. Sammen med den tredje oppgaven som er levert i 1998 (Sandvik) har dermed alle de tre siste oppgavene i materialet en forståelse i retning av fjernsynet som en betydelig påvirker på samfunn og individ. Uten å legge for stor vekt på det, tidsspennet er som sagt kort, er det

allikevel interessant at materialet under ett viser en viss likhet i utvikling med hva som har vært tilfelle med medieforskningen generelt når det gjelder synet på medias påvirkningsmulighet og styrke. Fra en posisjon der media ses som svært mektige, over til en periode der media nærmest betraktes som avmektige, over til dagens forståelse i retning av å se media som ”mektige” (jf. Aardal m. fl. 2004). Det kan imidlertid hende at det er de to oppgavene innenfor Meyrowitz’ paradigme, som begge for øvrig er levert i pedagogikk, som gjør denne tendensen tydeligere enn det ville sett ut uten dem. På den annen side er dette materiale ikke et utvalg i tradisjonell forstand. De fleste oppgaver i universet er med (se vedlegg), og det skulle derfor være mindre problematisk å trekke slutninger ut fra små tall, enn hvis vi hadde operert med et begrenset utvalg av et univers, og ønsket å generalisere på vegne av universet på grunnlag av så små tall.

Fag bestemmer perspektiv – men bare for pedagoger

Vi har allerede sett det klare sammenfallet mellom *effekt*-perspektivet og pedagogikk som vi så på 80-tallet, som for alt jeg vet kan skyldes et bestemt inspirerende kurs ved institutt for (sosial)pedagogikk. Når vi ser på de øvrige fire oppgavene innenfor de pedagogiske fagene i mitt materiale, er det også påfallende at det kun er oppgaven til Tingstad i førskolepedagogikk som har et perspektiv på seeren som dominant ift teksten. Alle de syv andre oppgavene anser at media har stor påvirkningskraft overfor seeren i en eller annen form. Det er fristende å spekulere i om det kan ha noe med pedagogikkens vesen å gjøre. Pedagogikk handler jo om å påvirke omgivelsene i en eller annen retning, og det kan vel tenkes at et *pedagogisk* fokus på media der en kommer fram til at medievirksomheten har liten betydning, fort kan bli fortone seg som litt ”pussig”. Men jeg understreker at jeg ikke har noe belegg for en slik slutning.

Ut over dette pedagogiske poenget er det vanskelig å få øye på noe bestemt mønster mht fag og forskningsperspektiv. Det er et overtall av sosiologer som støtter seg på ”dominant seer”-perspektivet, men det kan like gjerne skyldes at disse oppgavene er skrevet på midten av 90-tallet da det kan se ut til at dette perspektivet sto særlig sterkt. Ellers ser det ut til at de ulike perspektivene fordeler seg noenlunde jevnt på fag og institutter. Som vi var inne på ovenfor, er dette et funn i seg selv. Det kan tyde på at de ulike samfunnsvitenskapelige instituttene (fortrinnsvis ved universitetet i Oslo) i mindre grad skiller seg fra hverandre når det gjelder å legge føringer på hovedfagsstudentenes valg av forskningsperspektiv. At det legges slike føringer, tror jeg nok er hevet over tvil, men dette har altså ikke vært undersøkt i min studie.

5 Påvirkning – hvordan kan det forstås?

5.1 Innledning

Jeg åpnet denne oppgaven med å problematisere det å forske på det *tatt for gitte*. I våre moderne samfunn er ikke mediene lenger noe som kan skilles ut fra øvrig ”kulturell virksomhet”, for på den måten å gjøres til et oversiktig og lettfattelig objekt for forskerens analytiske blikk. Ulike massemedierte budskap, eller tekster om man vil, omgir oss hvor enn vi beger oss og nær sagt til alle tider. Fra vi står opp om morgenen til vi legger oss om kvelden er våre liv akkompagnert av mediene, ikke bare direkte gjennom mediebudskap vi ser eller hører, men også indirekte gjennom de samtaler vi fører med hverandre om media, eller på grunnlag av mediert informasjon. Media er så grundig sammenvevd med en moderne livsførsel at vi langt på vei kan si at mediene i dag er konstituerende for vår virkelighet. Det lar seg knapt nok gjøre å tenke seg vår tilværelse uten media. Det ville i så fall være et annet samfunn en det vi har vendt oss til i vår vestlige verden.

Vi forstår at det ikke er noen enkel sak å trenge ned i dette *tatt for gitte* dagligliv for å besvare spørsmålet om fjernsynsmediets betydning for barn og unge. Allikevel har denne studien hatt nettopp det siktemålet som en bakenforliggende interesse, og mange av hovedoppgavene som jeg har analysert har også ønsket å belyse dette forholdet. Mine problemstillinger har gått på å avdekke hvilke forskningsperspektiver som har blitt benyttet innenfor medieforskningen med særlig relevans for forståelse av fjernsynets betydning for barn og unge. Jeg har også ønsket å vurdere perspektivenes brukelighet for å belyse det samme forholdet. Videre har jeg benyttet innsikter fra denne teoretiske gjennomgangen som et analytisk rammeverk for å avklare hvilke forskningsperspektiver og metoder som er benyttet i de 16 hovedoppgavene, og hvordan perspektivene er utnyttet til å besvare oppgavenes egne problemstillinger. En særlig interesse for meg har vært å avdekke hvordan medias, og særlig fjernsynsmediets, betydning for barn og unge er forstått og framstilt. Til sist har jeg undersøkt variasjon i forskningsperspektiver i oppgavene, mellom fag og over tid.

I det følgende vil jeg først oppsummere noen av de mest sentrale innsiktene som gjennomgangen av oppgavene har gitt, med særlig vekt på å etablere et fruktbart perspektiv

for å forstå fjernsynsmediet betydning for barn og unge. I denne diskusjonen vil jeg også trekke inn de forskningsperspektiver som jeg anser som mest fruktbare for formålet.

5.2 Sosialisering i det moderne

Sosialisering er en sentral dimensjon når det gjelder å forstå media og fjernsynets betydning for barn og unge. Prosessen hvor ved barnet internaliserer samfunnets normer og regler foregår i dag med media både som bakteppe og aktiv bidragsyter. Flere teoretikere vi har vært inne på, fra Giddens, Ziehe, Postman og Meyrowitz, understreker betydningen av all informasjon som foreligger for barn og unge i dag. Barn vet det meste, eller i alle fall mye, på forhånd om ulike hendelser livet de har foran seg vil bringe. Alt fra kunnskap om hvordan en forholder seg på beste måte for å erobre ens store kjærlighet, eller avbryte forholdet til vedkommende. Hvordan en skal oppnå suksess i jobben, eller hva det innebærer å være en god venn. Alt har en sett på tv utallige ganger og i ulike versjoner, lenge før en selv skal gjøre egne slike erfaringer. At alle disse bildene har stor betydning for hva en tilegner seg av normer og regler er åpenbart, men å finne svaret på akkurat hvilken betydning det har, er ikke så enkelt, skal vi dømme etter teoriene på feltet. Vi har sett at det er mulig å være ens om mange av de grunnleggende mekanismene, men allikevel konkludere svært ulikt.

Vi har også sett hvordan sosialisering har vært det bærende tema i mange av oppgavene vi har undersøkt. Vi har kunnet registrere en utvikling fra de første ”pedagogiske” sosialiseringsoppgavene, der forholdet først og fremst er forstått som overføring av hensiktsmessige normer og verdier med en pedagogisk ambisjon. Senere ut på 90-tallet var fokuset endret: Fra tidligere å se på hvordan fjernsynsbudskapene kunne utnyttes for å påvirke barn, hadde man nå en motsatt ambisjon om å forstå hvordan barn gjør bruk av fjernsynsbudskapene sammen med andre påvirkningsfaktorer i deres liv. Interessen for sosialisering kulminerer i dette materialet med nok et skifte i fokus, denne gangen fra en sosialiseringsforståelse der individet skal ta til seg kunnskaper fra samfunnet omkring, over mot en forståelse der individet selv aktivt utformer og konstruerer egen stil og identitet på bakgrunn fjernsynstekstenes polysemiske råmateriale. Men etter mitt skjønn kommer ikke noen av oppgavene i mitt materiale ”helt i mål” i forhold til å tegne et fullstendig bilde av verken sosialiseringsprosessen eller det nært beslektede spørsmålet om fjernsynets betydning for barn og unge. Det som mangler er en ennå større vilje til å trenge ned i den kulturelle virkelighetsveven som fjernsynstekstene er en del av. I praksis

innebærer det et skifte fra kvalitative intervjuer for å avdekke resepsjon av enkeltbudskap eller programmer, over mot deltakende observasjon for å forstå innholdet i de diskurser som media inngår i (Morley 1999).

Teori og metode hånd i hånd

Etter mitt skjønn er forholdet mellom teori og empiri sentral for at forskningen skal bli god. Metodikk og empiri må settes inn i en teoretisk ramme for å få retning og riktig fokus. Slik jeg forstår det er teori uten en empirisk korrektur virkelighetsfjern og ekserserende, mens empiri uten et skikkelig teoretisk rammeverk blir retningsløs og triviell. Vi har sett i analysen hvordan type empiri en benytter seg av – *tekstanalyse* vs *resepsjonstudier* – fort legger kraftige føringer på hvor en plasserer seg mht spørsmålet om medias innvirkning og rolle i samfunnet. For å sikre en balansert fremstilling i slike empirisk baserte analyser er det etter mitt skjønn nødvendig å være klar over disse føringene og i tillegg ha et teoretisk fundament for analysen som sikrer at mediabruken plasseres inn i en historisk, kulturell og politisk ramme.

Jeg vil derfor avslutningsvis gi noen ansatser til det jeg vil betegne som en mediesosiologisk handlingsforståelse.

5.3 En mediesosiologisk handlingsforståelse

Sosialisering og identitetsdanning har som vi har sett vært det bærende tema i mange av hovedoppgavene jeg har undersøkt. Når media er den som sosialiserer, er disse to temaene egentlig svært likt mitt bakenforliggende spørsmål i denne oppgaven: Hvordan skal vi forstå fjernsynets innvirkning eller betydning for de unge på beste måte? Vi har sett at hovedoppgavene besvarer spørsmålet svært forskjellig. Jeg mener at et helt sentrale spørsmålet er *hvordan vi skal forstå individets frihet i forhold til medieteksten?* Hvor fritt står seeren til å trekke ut mening av mediebudskapene som denne kan dra nytte av. Vi har sett at ytterpunktene her er på den ene siden en forståelse der mediebudskapene nærmest injiseres inn i en passiv og forsvarsløs mottaker. På den andre siden kan budskapene ses som så polysemiske at mottakeren nærmest produserer meningsinnholdet i teksten selv.

Som jeg nevnte i innledningen til oppgaven mener jeg forholdet mellom media og mediebrukeren kan ses som en variant av forholdet mellom *individ* og *samfunn*, eller *handling* og *struktur*. Jeg forstår dette som sosiologiens kanskje mest grunnleggende teoretiske spørsmålet – ”fagets *Fragestellung*” (Nilsen 1994:6). Forholdet mellom

handling og struktur dreier seg grunnleggende sett om en forståelse av menneskets muligheter. Det er her sosialisering blir sentralt på to måter: For det første vil sosialiseringen legge grunnlaget for hvordan individet vil oppfatte og integrere fjernsynet i sitt liv. En persons sosialisering vil legge føringer på hvordan han/hun skaper mening ut av den potensielt polysemiske teksten. For det andre er fjernsynet selv en sentral komponent i denne sosialiseringsprosessen ved å velge ut og reproducere visse utsnitt av virkeligheten (jf. Meyrowitz 1985). Fjernsynet får dermed en slags dobbelfunksjon ved å utgjøre en viktig materiell ”faktisitet” i folks liv og virkelighet, samtidig som fjernsynet ved sin egenskap som sosialiseringsagent er med på å utforme den fortolkningskompetansen som igjen bestemmer en persons måte å skape mening ut av f.eks. fjernsynsbudskap. Det er i dette spenningsfeltet vi også må forstå fjernsynets betydning.

Blir vi stående her kan det se ut som om folks frihet til å skape mening ut av medietekster etter eget forgodtbefinnende er sterkt begrenset. Samfunnsstrukturen - som fjernsynet og fjernsynsprodusentene i denne betydningen er en viktig representant for - legger sin klamme hånd på individet både gjennom sin tilstedeværelse i kulturasjonsprosessen, og ved de strukturelle rammer som hele tiden omgir individet. Peter Berger (1991) har treffende betegnet dette forholdet henholdsvis som *samfunnet i mennesket* og *mennesket i samfunnet*. De overindividuelle strukturene som individet lever innenfor virker styrende og hemmende.

Men vi kan også tenke oss at disse strukturene nettopp tilveiebringer de muligheter som individet trenger for å utfolde og utvikle seg. Anthony Giddens’ (1991) tese om at sosiale strukturer er *både* muliggjørende og begrensende, er sentral her. Forholdet mellom individ og samfunn – eller aktør og struktur – må ikke forstås som en dualisme, men som en *dualitet*. De sosiale strukturene – eller samfunnet – er ikke noe utenfor individet. Det er et innvendig forhold mellom aktører og strukturer. De sosiale strukturene er på en måte det ”stoff” som aktørens handlinger handler gjennom - som muliggjør handlingen. Aktørene danner, gjendanner og omdanner strukturene i sine handlinger. Brukt på media ser vi nå at et slikt perspektiv åpner opp for større frihet for mediebrukeren, som kan nyttiggjøre seg mediebudskapene som verktøy å handle ut ifra og gjennom.

Hvor fritt står seeren?

Men hvordan skal vi forstå grensene for individets frihet? For å kunne formulere en sosiologisk medieteor om menneskets muligheter i møte med den moderne verdens mange mediebudskap, må vi først undersøke i hvilken *grad*, og på hvilke *måter*, fjernsynet som

sosialstruktur er *muliggjørende* og *begrensende*. Fungerer fjernsynet først og fremst hemmende og begrensende på folk (Adorno & Horkheimer), eller skaper mediet muligheter for menneskelig utfoldelse og utvikling (Fiske, m.fl.)? For å avklare dette trenger vi tre grunnleggende komponenter. Jeg følger her resonnementet til Rune Nilsen (1994) i hans forsøk på å formulere og videreutvikle en weberiansk handlingsteori.

For det første må mennesket forstås som et *selvfrembringende* og *symbolsk* vesen. Mennesket motiveres av symbolske strukturer som viser utover organismens behov. Mennesket dekker ikke bare sine behov, men skaper mening. (Jf. den *semiotiske* vendingen). Denne meningssøkende virksomheten blir særlig sentral når vi retter søkelyset mot barn og unges fjernsynstitting. Jeg tror at fjernsynstitting som aktivitet bare kan forstås gjennom en erkjennelse av mennesket som et vesen som søker å skape mening i sin tilværelse.²⁸ Samtidig vil fjernsynet være en viktig kilde og referent for den enkelte i hans/hennes øvrige meningssøkende aktiviteter. Denne dobbeltfunksjonen er karakteristisk for fjernsynet.

Dette synet på mennesket som et symbolsk vesen må for det andre koples til en *multidimensjonal* handlingsteori. Mennesket frembringer seg selv i sosiale roller, og derfor er det maktpåliggende at disse gir muligheter for å kultivere et mangfold av egenskaper. Fra klassikerne har sosiologien arvet en *rasjonalitetetsproblematikk* som stiller spørsmål ved mangfoldet og forholdet mellom ulike typer av menneskelig handling. Gir fjernsynet rom for en slik mangfoldighet, slik John Fiske hevder, eller er det snarere slik at fjernsynet er endimensjonalt (jfr. Kulturindustri-tekstene til Adorno & Horkheimer, Postman 1987, Bourdieu 1998) og dermed bidrar til en forflatning av sosialt liv? Sagt på en annen måte: I hvilken grad kan fjernsynet som en sentral sosial struktur i den moderne verden sies å være muliggjørende eller begrensende?

Som grunnleggende premiss for en slik forståelse vil jeg imidlertid i tråd med Nilsen (1994) basere meg på et tredje punkt: Vi må ha et *ambivalent* forhold til moderniteten, som fjernsynet er en viktig eksponent for. Dette er en normativ holdning, og som sådan kan den ikke gis noen definitiv begrunnelse. Sosialt liv – som jeg anser fjernsynet å være en del av ved å tilveiebringe informasjon om menneskers sosiale omgang med hverandre - er både

²⁸ Jfr. Lars Fr.H. Svendsen (1999): *Kjedsomhetens filosofi*; det er mangel på mening som skaper kjedsomhet. Fjernsynet er nok en svært viktig vaksine mot kjedsomhet for mange mennesker.

muliggjørende og begrensende. Fjernsynet vil begrense noen former for sosialt liv ved å presentere et utsnitt av tilværelsen, og dermed legge føringer på sosialt liv, men vil også ved det som vises tilveiebringe ressurser som seeren kan nyttiggjøre seg i sin egen identitetsutforming og i sin omgang med andre mennesker.

Forskningens ansvar

De spørsmål jeg har diskutert til nå har vært av ontologisk og epistemologisk art - hva skal være den sosiologiske medievitenskapens tema og hvordan skal vi komme til sann kunnskap om medias innflytelse. I tillegg vil jeg her avslutningsvis også trekke inn et normativt aspekt ved forskningen: Hva skal vitenskapelig kunnskap brukes til? Og må ikke vitenskapen ta ansvar for bruken og konsekvensene av den kunnskap den frembringer? Svaret på det siste er definitivt ja. Forskermiljøene har et praktisk-moralskt ansvar for implikasjoner av deres kunnskap. Etter mitt syn må sosiologien ha et *kritisk* perspektiv på de sosiale forhold som studeres. Dette er del av den sosiologiske arven som det er viktig å holde i hevd. Faget bør stille spørsmål ved de rådende makt- og herredømmeforhold i samfunnet, og forsøke å avdekke forfordeling og urettferdighet. Sosiologiske studier av media må være klar over at mediefeltet er en arena for kamp om kontroll og herredømme. Sosiologen må være på vakt slik at man ikke kommer i skade for å fremstille noe som nøytralt og demokratisk, som i virkeligheten er resultat av kamp om posisjon og definisjonsmakt. Medieforskningen må med andre ord være seg sitt ansvar bevisst som påvirker av det felt en studerer. Det forskningen sier om media og medias innvirkning vil være viktige konstituerende krefter i diskursen rundt det vi ønsker å belyse. Sagt litt ironisk kan vi dermed si at selv om den arme medieforsker ikke *har* rett, så kan han i det minste *få* rett hvis han sørger for å gjøre seg tilstrekkelig hørt²⁹

29 Jf. Thomas-teoremet: *Hvis folk definerer situasjoner som virkelige, så blir de virkelige i sine konsekvenser.*

6 Litteraturliste

- Abercrombie, Nicholas & Longhurst, Brian (1998): *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage Publications.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (1981): "Kulturindustrien". *Opplysningens dialektik - Filosofiska fragment*. Göteborg: Røda Bokforlaget.
- Alasuutari, Pertti (1999a): *Rethinking the Media Audience*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Alasuutari, Pertti (1999b): "Cultural Images of the Media". *Rethinking the Media Audience*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Beck, Ulrich, Giddens, Anthony & Lash, Scott (1994): *Reflexive Modernization*. Cambridge: Polity Press.
- Berger, Peter (1991): *Invitasjon til sosiologi: et humanistisk perspektiv*. Oslo: Pax
- Bourdieu, Pierre (1998): *Om fjernsynet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag ASA.
- Buckingham, David (1998): "Re-constructing the child audience". *Digital barndom*. Oslo: Ad Notam Gyldendal AS.
- Bø, Inge (2005): *Påvirkning og kontroll – om hvordan vi former hverandre*. Bergen: Fagbokforlaget AS.
- Fiske, John (1987): *Television Culture*. London and New York: Methuen.
- Fiske, John (1989): *Understanding popular Culture*. London: Unwin Hyman.
- Fiske, John (1994): *Reading the Popular*. London and New York: Routledge
- Fiske, John (1994): *Media matters: everyday culture and political change*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Foucault, Michel (1973): *Madness and civilization: A history of insanity in the Age of Reason*. New York: Vintage.
- Freeman, Derek (1983): *Margaret Mead and Samoa: The making and unmaking of an anthropological myth*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Freeman, Derek (1999): *The Fateful Hoaxing of Margaret Mead: a historical analysis of her Samoan research*. Westview Press.
- Frønes, Ivar (1998): "Mot en digital barndom. En skisse av fremtidens barndom". *Digital barndom*. Oslo: Ad Notam Gyldendal AS.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, Stuart (1989): "Encoding/Decoding". *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

- Haldar, Marit, Frønes, Ivar (red.) (1998): *Digital barndom*. Oslo: Ad Notam Gyldendal AS.
- Hall, Stuart (1996): *Critical dialogues in cultural studies*. London: Routledge
- Kleven, Øyvind (2000): *Demokratiperspektiv på tv-debatter. En studie av Holmgang, Til debatt og Lønning direkte*. Upublisert hovedfagsoppgave i statsvitenskap. Universitetet i Oslo.
- Krogh, Thomas (1991): *Fra Frankfurt til Hollywood. Frankfurterskolen 1930-1945*. Oslo: Aschehoug kursiv.
- McLuhan, Marshall (1997): *Mennesket og media*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Mead, Margaret (1961): *Coming of age in Samoa: a psychological study of primitive youth for western civilisation*. New York: William Morrow
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of place. The impact of electronic media on social behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Moe, Sverre (1994): *Sosiologi i Hundre År. En veileder i sosiologisk teori*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Morley, David (1980): *The 'Nationwide' Audience*. London: British Film Institute.
- Morley, David (1986): *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley, David (1999): 'TO BOLDLY GO...' 'The Third Generation' of Reception Studies". *Rethinking the Media Audience*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Lysgaard, Sverre (1961): *Arbeiderkollektivet. En studie i de underordnedes sosiologi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Nilsen, Rune Åkvik (1994): *Multidimensjonalitet og Ambivalens. Max Weber og det Moderne*. ISO-Rapport Nr. 5 1994.
- Postman, Neil (1982): *The Disappearance of Childhood*. New York: Delacorte Press
- Postman, Neil (1987): *Amusing Ourselves to Death*. London: Methuen.
- Postman, Neil (1992): *Teknopolis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Rasmussen, Terje (2003): "Mobilitet og medieutvikling". Rasmussens hjemmeside UiO: <http://www.media.uio.no/personer/terjer/mob%20og%20medieutv..pdf>
- Rydin, Ingegerd (1996): *Making sense of TV-narratives: children's readings of a fairy tale*. Avhandling (doktorgrad) - Linköpings universitet.
- Schrøder, Kim Christian (1999): "The best of both worlds? Media Audience Research between Rival Paradigms" *Rethinking the Media Audience*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Silverstone, Roger (1994): *Television and Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Svendsen, Lars Fr.H. (1999): *Kjedsomhetens filosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Thompson, John B. (1995): *The Media and Modernity. A social theory of the media*. Oxford: Polity Press.

- Thwaites, Tony, Davis, Lloyd og Mules, Warwick (1994): *Tools for cultural studies. An introduction*. Macmillan Education Australia.
- Thomassen, Arild (1997): "Karneval og manipulasjon". Upublisert notat. Universitetet i Oslo.
- Thomstad H. (1993): "Gjensyn med det terapeutiske samfunn Avdeling 6B, Ullevål sykehus, 1970". Tidsskrift Norske Lægeforening; 113: 2606 - 7.
- Vagle, Wenche, Sandvik, Margareth, og Svennevig, Jan (1993) *Tekst og Kontekst. En innføring i tekstlingvistiikk og pragmatikk*. Oslo: LNU/Cappelen.
- Werner, Anita (1997): *Barn i fjernsynsalderen. Hva vet vi om mediernes innflytelse?* Oslo: Ad Notam Gyldendal.
- Ytreberg, Espen (2000): *Brede smil og spisse albuer. Hvordan fjernsynet overtaler*. Oslo: Aschehoug & Co.
- Ziehe, Thomas (1989a): *Ambivalenser og mangfoldighet. En artikelsamling om ungdom, skole æstetik og kultur*. København: Politisk revy.
- Ziehe, Thomas (1989b): *Kulturanalyser*. Stockholm/Stehag: Symposium Bokforlag.
- Ziehe, Thomas & Stubenrauch, Herbert (1993): *Ny ungdom og usædvanlige læreprocesser*. København: Politisk revy
- Aardal, Bernt, Krogstad, Anne & Narud, Hanne Marthe (2004): *I valgkampens helte. Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Statistisk sentralbyrås hjemmeside (2007): "Statistikbanken, Norsk mediebarometer". <http://statbank.ssb.no/statistikbanken/>
-

Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt

Antall ord i denne oppgaven er: 39 633

Hovedoppgaver om medier (fjernsyn) og barn/unge ved norske universitet - 1985 – 1998

(Uthevet = nettoutvalg)

Hovedoppgaver ved Universitetet i Oslo:

Sosiologi:

1998:

Thomas Sandvik: *Elektroniske massemedia : opium for folket eller offentlighetens fugl Føniks?*

1997:

Linn Heidi N. Lunde: *Reklamebarn er ikke som andre barn! En studie av barn i reklame og reklame i barn.*

1996:

Hege Glomnes Jacobsen: *Ungdom, medier og identitet. Survey og samtaleintervjuer om ungdomsidentitet i lys av medier og ungdomsserien "Helene og gutta".*

1993:

Marit Haldar. *Barndom på boks. Barndomsperspektiver på NRK 1960-1990.*

Pedagogikk:

1998:

Anniken Larsen: *Det tredje øyet: En studie av ungdom, identitetsutvikling og refleksivitet i det senmoderne samfunn.*

Marianne Skogerbo: *Interaktiv identitet. - en kulturteoretisk drøfting av informasjons- og kommunikasjonsteknologiens betydning for ungdoms identitetsutvikling*

1995:

Nina Birgithe Føyn Bjølgerud: *"På skraphaugen" En innholdsanalyse av et Barne-TV program med vekt på verdiformidling. (Emb. Studie)*

1994:

Torbjørn Nilssen: *Norway Cup på TV. VM i fotball eller en fotballkamp på sletta? – En kvalitativ innholdsanalyse av idrettsprogram vist på TV, der barn og ungdom er i fokus.*

1987:

Berit Johnsen: *Fjernsynspedagogikk – undervisningsprogramvirksomhet belyst og drøftet ut ifra et pedagogisk-teoretisk og empirisk perspektiv. (4. avd emb.eks.)*

1986:

Kjersti Eckblad: *Mediepedagogikk. – En kombinasjon av fakta om fjernsynet og pedagogisk teori. –En analyse av "Nesten voksen".*

Sosialpedagogikk:

1986

Janne Oftedal: *Ungdom, sosialisering og TV. Om moderne sosialisering illustrert gjennom TV for ungdom.*

Vibeke Wolther: *Ungdom, fjernsyn og usedvanlige læreprosesser. En mediepedagogisk tilnærming til fiksjon som sosialiseringsfaktor.*

1987

Ellen Merethe Rodin: *KLUIZZ OG KLUISS? Fjernsynsprogram for ungdom som sosialiseringsfaktor – en mediepedagogisk tilnærming.*

Medier og kommunikasjon:

1995:

Cecilie Kløvstad: *Bank på før du kommer inn: en oppgave om ungdom, seksualitet og TV.*

Sosialantropologi:

1991:

Brynjar Bjerkem: *Ungdom og fiksjonsunderholdning: en undersøkelse av 14-15 åringers forhold til dramatisert underholdning på fjernsyn og på video.*

Hovedoppgaver om media (TV) ved Universitetet i Bergen:

Massekommunikasjon/ medievitenskap:

1995:

Dorthe Helene Stramrud: *NRKs bidrag til å forme en ungdomskategori: en analyse av ungdomsbildet i Flimra, Kluzz og U.*

Anne Marie Rolfsnes: *Da rock'n roll kom til Norge: en analyse av ungdom, musikk og media i perioden 1955-1959.*

1993:

Grete Karin Rye: *Nettopp: en analyse av et nyhetsprogram for barn i NRK-fjernsynet.*

Hege Stormark: *Barnebilder i endring: en sammenligning av Lekestue og Sesam Stasjon. Hovedoppgave i massekommunikasjon og kulturformidling*

1992:

Kari Palmstrøm: *Fett fjernsyn - passende pensum? : en undersøkelse av medieundervisningens plass og form i ungdomsskolen.*

Hovedoppgaver om media (TV) ved Universitetet i Trondheim:

Pedagogikk:

1996:

Kjersti Dovland Utgaard: *Hvor ble barne-TV-onkelen av? : en analyse av endringer i voksen/barn-relasjonen i Falkeklubben (1966) og Midt i Smørøyet (1995).*

Førskolepedagogikk:

1994:

Vebjørn Tingstad: *TV-titting i et sosialiseringperspektiv : en studie i 5 småbarnsfamilier:*

Sosialantropologi (Danmark):

1996:

Lise Juel: *Hvilken indflydelse har TV på unge i Danmark? : en analyse af sociale relationer og kulturel identitetsdannelse i forhold til unges medievaner. : Institut for antropologi, Københavns Universitet, 1996.*